Nghịch Lý Của Sự Lựa Chọn

Tại sao nhiều hơn lại ít hơn

"Một cuốn sách đột phá và quyến rũ lý giải sự thừa thãi các lựa chọn có thể khiến cho người tiêu dùng bất mãn. Một cuốn sách phải đọc"
- Martin Seligman, tác giả cuốn *Authentic Happiness*

BARRY SCHWARTZ



Nhà Xuất Bản Trẻ

Nghịch lý của sự lựa chọn: tại sao nhiều hơn lại ít hơn

Tác giả: ***Barry Schwartz***
NXB: ***Trẻ (2008)***

LỜI NÓI ĐẦU

Cách đây khoảng 6 năm, tôi đi đến cửa hiệu để mua một cặp quần Jean. Phải nói đã lâu lắm rồi tôi mới đi mua một cái quần mới vì vốn có "chủ trương" là sẽ mặc những chiếc cũ cho tới khi nào chúng rách nát mới thôi.

Một cô bán hàng nhã nhặn đến hỏi tôi cần mua gì. "Tôi cần một cái quần Jean kích cỡ 32-38", tôi trả lời.

"Ông thích loại vừa bó sát, vừa, hay không bó sát lắm, thùng thình hay rất thùng thình?" Cô bán hàng hỏi tiếp.

"Ông thích loại stonewashed, acid-washed hay distressed? Ông thích loại cài nút hay kéo phẹc-mơ-tuya? Ông thích loại phai màu hay bình thường?"

Tôi thấy ngạc nhiên. Phải mấy phút sau mới có thể ấp úng trả lời: "Tôi chỉ muốn mua một cái quần Jean thông thường. Loại thông thường duy nhất mà tôi vẫn mặc". Hóa ra là cô bán hàng này không biết nhưng sau khi hỏi ý kiến những đồng nghiệp "kỳ cựu" hơn, cô ta đã có thể hiểu được một chiếc quần Jean thông thường là như thế nào, và có thể chỉ cho tôi đi đúng hướng.

Khó ở chỗ là với những lựa chọn mình có được, tôi không còn chắc chiếc quần Jean "thông thường" là đúng cái tôi cần. Có thể loại vừa hay loại vừa thoải mái sẽ tiện lợi hơn. Tôi trở nên kiên trì khi vừa nhận ra mình đã thành lỗi thời với thời trang hiện đại. Tôi quay trở lại và hỏi cô bán hàng đâu là sự khác biệt giữa loại thông thường, vừa không bó sát và vừa. Cô bán hàng cho tôi xem sơ đồ cho thấy những nét cắt khác nhau như thế nào. Nhưng điều đó cũng không giúp thu hẹp sự lựa chọn lại, nên tôi quyết định thử hết tất cả. Lấy từng loại quần, tôi bước vào phòng thay đồ. Tôi mặc từng cái và "soi" mình thật kỹ trước gương. Tôi hỏi ý kiến cô bán hàng một lần nữa để có thể đưa ra quyết định. Mặc dù ý kiến đó có ảnh hưởng rất ít đến quyết định của mình, tôi vẫn tin rằng một trong những cái đang thử sẽ phù hợp với mình. Và tôi quyết định khám phá xem đó là cái nào. Thế nhưng tôi vẫn không thể. Cuối cùng, tôi chọn loại

vừa vì nếu như chọn cái vừa thoải mái thì điều đó có nghĩa là tôi cần che giấu việc cơ thể mình đang mất nét dần ở lứa tuổi trung niên.

Chiếc quần tôi chọn hóa ra là ổn, nhưng tôi bỗng nhận ra mình không nên mất cả một ngày trời chỉ để mua một chiếc quần. Bằng cách đưa ra hàng loạt những lựa chọn như thế này, không còn nghi ngờ gì nữa, cửa hàng đã ưu đãi khách hàng có thị hiếu và dáng người khác nhau. Tuy nhiên, chính việc có quá nhiều lựa chọn như thế cũng tạo ra những vấn đề cần được giải quyết. Trước khi có những lựa chọn như thế

này, một người mua như tôi đây sẵn sàng chấp nhận mua một chiếc quần không hoàn toàn vừa vặn, nhưng ít ra cái được là chỉ tốn khoảng 5 phút cho việc này. Nhưng giờ đây, nó đã trở nên phức tạp và buộc tôi phải bỏ nhiều thời gian, công sức, và cũng không ít những nghi ngờ, lo lắng, cùng sợ hãi.

Tất nhiên mua một chiếc quần Jean chỉ là vấn đề vụn vặt. Tuy vậy, điều đó lại mang một chủ đề lớn hơn nhiều mà chúng ta sẽ theo suốt trong cuốn sách này: đó là khi ta không có lựa chọn nào, cuộc sống hầu như không thể nào chịu đựng nổi. Khi con số lựa chọn tăng lên như vốn dĩ nó phải thế trong văn hóa người tiêu dùng, thì sự tự do, tự chủ, và độc lập sự đa dạng này mang lại thật mạnh mẽ và tích cực. Nhưng khi số lượng lựa chọn ngày một nhiều thêm, thì những khía cạnh tiêu cực vì có quá nhiều lựa chọn bắt đầu xuất hiện. Và khi những lựa chọn đó tiếp tục tăng vọt, những mặt tiêu cực ngày một leo thang cho tới khi chúng ta cảm thấy quá tải. Tới lúc này, lựa chọn không còn là tự do nữa, chúng làm chúng ta yếu đi. Chúng có thể sẽ chi phối và áp chế chính chúng ta.

Áp chế?

Đó là một khẳng định gây ấn tượng, đặc biệt là sau ví dụ về việc đi mua quần Jean. Tuy vậy, chủ đề của chúng ta không có nghĩa là giới hạn chỉ ở chúng ta sẽ lựa chọn hàng hóa như thế nào.

Cuốn sách này nói về những lựa chọn mà người Mỹ gặp phải trong mọi khía cạnh đời thường: giáo dục, công việc, tình bạn, giới tính, sự mơ mộng, cách nuôi con, tôn giáo. Không thể chối bỏ nhiều lựa chọn làm cải tiến chất lượng cuộc sống của chúng ta. Nó cho phép chúng ta chi phối được số phận của mình và đến gần hơn với

việc đạt được đúng cái chúng ta cần trong mọi tình huống. Lựa chọn thiết yếu cho sự tự do, vốn là điều tối quan trọng cho sự phát triển. Những người sống lành mạnh khỏe khoắn luôn cần và muốn tự định hướng cuộc sống của chính mình.

Nhưng mặt khác, chuyện một vài lựa chọn là tốt không có nghĩa là càng nhiều lựa chọn thì càng tốt. Tôi sẽ nói rõ hơn việc chúng ta sẽ trở nên quá tải khi có quá nhiều lựa chọn. Theo văn hóa, chúng ta mong muốn có được sự tự do, quyết đoán, đa dạng, và chúng ta cũng miễn cưỡng khi phải từ bỏ bất kỳ lựa chọn nào. Nhưng cứ bấu víu vào tất cả các sự lựa chọn có sẵn sẽ dẫn đến những quyết định sai lầm, âu lo, căng thẳng, và bất mãn – thậm chí là trầm cảm.

Cách đây nhiều năm, nhà triết học chính trị lỗi lạc Isaiah Berlin đã đưa ra phân biệt quan trọng giữa "tự do tiêu cực" và "tự do tích cực". Theo đó, "tự do tiêu cực" được hiểu là tự do từ ràng buộc, từ những gì bị người khác bảo phải làm. Trong khi

đó, "tự do tích cực" là tự do đối với những cơ hội được trở thành người quyết định chính cuộc đời mình và làm cho nó có ý nghĩa hơn, thiết thực hơn. Thông thường, hai loại tự do này sẽ đi sóng đôi. Nếu những ràng buộc mà mọi người muốn "tự do tiêu cực" đủ chặt, người ta sẽ không thể nào đạt tới ngưỡng "tự do tích cực". Tuy nhiên, "tự do tích cực" và "tự do tiêu cực" không nhất thiết phải sóng đôi với nhau.

Amartya Sen, nhà Nobel kinh tế và triết học, cũng đã thẩm tra bản chất của tầm quan trọng của tự do và độc lập và những điều kiện thể thúc đẩy chúng. Trong cuốn sách "Phát triển như Tự do" của mình, ông này đã phân biệt tầm quan trọng của bản thân lựa chọn và vai trò của chúng trong cuộc sống chúng ta. Ông đề nghị thay vì quá chú tâm đến tự do chọn lựa, chúng ta nên tự hỏi mình liệu rằng những thứ đó sẽ bồi đắp hay tước đoạt hay tước đoạt của ta; chúng sẽ trói buộc hay giải phóng ta; chúng sẽ làm tăng thêm long tự trọng của ta hay ngày một hủy hoạt nó; và chúng sẽ tạo điều kiện để ta tham gia vào các hoạt động cộng đồng ngày một nhiều hơn hay ngăn cản điều đó. Tự do thiết yếu cho long tự trọng, hoạt động xã hội, tính cơ động, và những ấp ủ. Tuy vậy, không lựa chọn nào mang lại nhiều tự do hơn. Cụ thể, có nhiều lựa chọn mua hàng hóa và dịch vụ có thể không đóng góp gì đáng kể hay thậm chí là

không có gì đối với tự do. Ngược lại, chúng có thể làm mất sự tự do bằng cách lấy đi thời gian, công sức lẽ ra chúng ta có thể dùng cho những chuyện khác.

Tôi tin rằng ngày càng có nhiều người Mỹ hiện đại trở nên không thỏa mãn mặc dù xung quanh họ ngày càng có nhiều lựa chọn. Cuốn sách này sẽ giải thích vì sao như vậy và đề nghị cần phải làm gì với nó.

Nước Mỹ được thành lập dựa trên cam kết về độc lập và tự do cá nhân, và với giá trị cốt lõi là tự do lựa chọn. Và tôi cho rằng chúng ta tự khắt khe với chính mình khi đánh đồng tự do quá gần với lựa chọn, như là càng nhiều lựa chọn thì càng có nhiều tự do.

Thay vào đó, tôi cho rằng chúng ta nên tận dụng tối đa những tự do mình có bằng cách có những lựa chọn sáng suốt đối với những vấn đề quan trọng, và cùng lúc tự trấn an mình về quá nhiều nỗi lo cho những chuyện không đáng.

Tiếp theo đó, ở phần I, tôi sẽ nói về một loạt những lựa chọn mà người ta gặp hàng ngày đang tăng dần trong những năm gần đây. Ở phần II sẽ tập trung vào cách chúng ta chọn lựa và quá trình đưa ra những lựa chọn sáng suốt khó khăn và đòi hỏi như thế nào. Lựa chọn sáng suốt đặc biệt khó khăn cho những ai quyết chí có được lựa chọn tối ưu, đó là những người tôi coi là “người cầu toàn”.

Phần III sẽ dành để nói về tại sao và cách thức chúng ta bị ảnh hưởng từ lựa chọn. Phần này đặt vấn đề liệu rằng càng có nhiều cơ hội lựa chọn có thật sự làm người ta hạnh phúc hơn hay không và kết luận luôn rằng thường thì không được như vậy. Nó cũng nhận diện vài quá trình làm tâm lý không làm chúng ta cảm thấy khá hơn: phải thích nghi, hối tiếc, bỏ lỡ cơ hội, tăng kỳ vọng, cảm thấy thiếu thốn so với người khác. Và phần này của cuốn sách kết luận rằng càng nhiều lựa chọn thực sự đang gây ra một cơn dịch trầm cảm vốn đang ảnh hưởng đến thế giới phương Tây.

Cuối cùng, ở phần IV, tôi đưa ra một loạt đề nghị để tận dụng những mặt tích cực và tránh đi những mặt tiêu cực trong tự do lựa chọn hiện đại của chúng ta.

Xuyên suốt cuốn sách, các bạn sẽ đọc được hàng loạt những kết quả nghiên cứu từ các nhà tâm lý học, kinh tế học, nghiên cứu thị

trường, và các nhà khoa học quyết định. Hết thảy đều liên quan đến lựa chọn và đưa ra quyết định. Có những bài học quan trọng rút ra từ những nghiên cứu này, một số không rõ ràng lắm, và thậm chí có một số phản trực giác. Ví dụ, tôi cho rằng:

1. Chúng ta sẽ cảm thấy thoải mái hơn nếu như tuân theo những ràng buộc tự nguyện nhất định thay vì phản kháng lại chúng đối với tự do lựa chọn.
2. Chúng ta nên tìm kiếm những gì vừa đủ thay vì cái tốt nhất (bạn có bao giờ

nghe cha mẹ nào nói: “Tôi chỉ muốn con tôi có “vừa đủ” thôi chưa?”).

1. Cũng sẽ tốt hơn nếu chúng ta bớt kỳ vọng với những kết quả mang lại từ quyết định của chính mình.
2. Sẽ nên làm nếu quyết định chúng ta đưa ra không thể đảo ngược
3. Cũng nên ít quan tâm chú ý đến những gì những người xung quanh chúng ta đang làm.

Điều tôi hi vọng muốn chỉ ra sai lầm của quan niệm truyền thống vốn cho rằng càng có nhiều lựa chọn thì càng tốt; để có kết quả tốt thì đồng thời phải đặt ra tiêu chuẩn thật cao; và cũng nên có quyết định dự phòng thay vì không.

Những quan niệm truyền thống đó, theo tôi, là sai, ít nhất ở những phương diện những gì có thể thỏa mãn chúng ta ở những quyết định ta đưa ra.

Tại Sao Nhiều Hơn Lại Ít Hơn

Như tôi đã nói, chúng ta sẽ nghiên cứu việc quá tải lựa chọn khi chúng ảnh hưởng tới những lĩnh vực không hề nhỏ nhặt trong đời sống hàng ngày. Nhưng trước khi đi đến trường hợp mà tôi gọi là “quá tải”, chúng ta sẽ bắt đầu ở đáy của nấc thang nhu cầu và tìm ra cách của mình. Chúng ta sẽ bắt đầu bằng thêm vài ví dụ về mua sắm.

PHẦN I.
KHI CHÚNG TA LỰA CHỌN

CHƯƠNG 1.
HÃY ĐI MUA SẮM

Một ngày tại siêu thị

Trong một lần dạo qua các gian hàng tại siêu thị gần nhà, tôi phát hiện 85 loại và nhãn hiệu bánh quy giòn khác nhau với vô số đặc điểm cự kỳ đa dạng. Có loại mặn, ngọt hay lạt, không béo ha có bổ sung lipid. Chúng được chứ trong những hộp thiếc "hoành tráng" hay những bọc giấy kiến đơn giản to nhỏ đủ cỡ. Bạn cũng có thể chọn giữa những loại bánh nội địa rẻ tiền mặn chát hay các sản phẩm ngoại nhập ngon tuyệt và dĩ nhiên là đắt hơn nhiều. Siêu thị ở chỗ tôi chỉ là một siêu thị cỡ trung bình, nhưng bên cạnh 85 chủng loại bánh quy giòn là 285 loại bánh quy thường, với riêng vị chocolate đã có tới 20 lựa chọn đang chờ bạn. Xa xa là gian hàng nước giải khát với 13 loại nước uống thể thao, 65 nhãn hiệu nước đóng hộp cho trẻ em, 75 loại trà hòa tan đồng hành với 175 loại trà túi lọc và các loại nước dành cho người lớn khác. Mỗi người một ý nhưng bạn hoàn toàn có thể yên tâm khi đã có đủ các loại hương chanh, mật ong hay có vị ngọt (với đường hay chất làm ngọt). Thậm chí riêng nước uống đóng chai cũng đã có ít nhất 15 hương vị được trưng bày. Hơi "ngớ ngẩn", tôi lạc đến gian hàng dược phẩm và càng hoa mắt hơn với 61 loại kem chống nắng và 80 chủng thuốc giảm đau khác nhau – aspirin, acetaminophen hay ibuprofen, 350 hay 500 miligrams dưới dạng viên hay con nhộng. Ngoài ra còn có 40 loại kem đánh rang, 150 loại son dưỡng môi và "khủng" nhất là 360 loại dầu gọi, dầu xả hay gel dưỡng tóc. Kế đó là 90 loại thuốc thông mũi. Và cuối cùng là chỉ y tế: có sáp và không có sáp, có mùi và không mùi.

Trở về quầy thực phẩm, tôi có thể chọn giữa 230 loại súp (29 loại có vị gà), 16 hiệu khoai tây nghiền ăn liền, 75 hiệu nước chấm và 120 vị sốt spaghetti. Trong số 175 nhãn dầu trộn slad có tới 16 loại dầu ô-liu 42 hiệu giấm khác nhau. Sự lựa chọn vẫn chưa từ bỏ bạn khi đã ra tới quầy tính tiền vì vẫn còn có bao nhựa và bao giấy đang chờ, bạn cũng có quyền thanh toán bằng tiền mặt hay thẻ tín dụng.

Mới chỉ một chuyến đi nho nhỏ trong một siêu thị khá khiêm tốn đã hé lộ một góc của "mê hồn trận" luôn chào đón những khách hàng thuộc giới trung lưu ngày nay. Ấy là tôi chưa đụng tới trái cây và rau quả (bón phân hữu cơ hay bán hữu cơ, có phun thuốc hay không), thịt, cá và gia cầm (nuôi thả hay công nghiệp, lột da hay

chưa, để nguyên con hay xắt miếng, có ướp sẵn không, ngồi ruột hay để trống), nước lau nhà, rửa chén và xả vải v.v và v.v đâu đấy. Một siêu thị điển hình chứa tới 30.000 mặt hàng, quá nhiều lựa chon cho người tiêu dùng. Ngoài ra còn có hơn 20.000 sản phẩm mới ra mắt mỗi năm và hầu như tất cả đều nằm phủ bụi trên các quầy hàng chờ thanh lý. Việc đắn đo để chọn được mức giá vừa ý nhất càng làm cho danh sách các lựa chọn càng dài ra, và vì thế nếu bạn là một người cẩn thận, bận có thể dành nửa ngày trời chỉ để chọn một hộp bánh, vì bạn phải suy xét về giá cả, hương vị, độ béo, hay calories. Tuy nhiên ai mà có thời gian cho việc này cơ chứ? Có lẽ đó là lý do mà người tiêu dùng thường có khuynh hướng quay về với một sản phẩm quen thuộc, mà không thèm "liếc" tới 75% những mặt hàng khác đang cố cạnh tranh cho sự chú ý và đồng tiền của họ. Còn ai nữa ngoài một ông giáo sư đang cố viết một cuốn sách "coi được" có thể dừng lại để nhận ra rằng có tới 300 loại bánh quy khác nhau để chọn?

Các siêu thị vốn được coi là kho chứa những mặt hàng không thọ lâu – những sản phẩm được sử dụng nhanh chóng và cũng được bổ sung nhanh không kém. Vì thế mua nhầm một loại bánh sẽ không gây nên hậu quả gì nghiêm trọng về tâm lý hay tài chính, nhưng trong những loại hình mua sắm khác, người ta bỏ số tiền lớn hơn để mang về những sản phẩm phải bền hơn và tốt hơn. Và tại đây khi số lượng các lựa chọn tăng lên sẽ kéo theo sự gia tăng về các dao động tâm lý.

“Tậu” thiết bị gia dụng – chuyện không đơn giản

Tiếp tục chuyến “thám hiểm” các lựa chọn của chúng ta, tôi rời khỏi siêu thị và bước vào một cửa hàng thiết bị điện tử cũng không lớn lắm gần đó và sau đây là những gì tôi khám phá:

- 45 hệ thống âm thanh dành cho xe hơi cùng 50 bộ loa đi kèm.

- 42 chủng loại máy tính được thiết kế theo rất nhiều cách khác nhau đi kèm với 27 loại máy in.

- 110 kiểu TV với màn hình cong; màn hình phẳng, nhiều kích cỡ và kiểu dáng cũng như chất lượng âm thanh đa dạng sẵn sàng phục vụ các “thượng đế”.

- 30 loại đầu video khác nhau đang ra sức cạnh tranh với hơn 50 kiểu đầu DVD.

- 20 loại camera đặt bên cạnh 85 mẫu điện thoại (chưa kể điện thoại di động).

- Dân chơi “Hi-end” cũng hoàn toàn hài long với 74 kiểu dàn chỉnh âm thanh, 55 loại đầu CD, 32 loại máy cassette và 50 dòng loa khác nhau (những thành phần này có thể được trộn lẫn và kết nối với nhau theo rất nhiều cách để có thể tạo ra tới 6.512.000 hệ thống âm thanh khác nhau). Nếu bạn không đủ hầu

bao hay công sức để tự tạo một hệ thống âm thanh riêng cho mình thì cũng đã có sẵn 63 bộ tích hợp “nho nhỏ” lựa chọn.

Không giống như các sản phẩm tại siêu thị, bạn không thể mau chóng sử dụng hết các mặt hàng điện tử và thay thế chúng được. Nếu quyết định sai lầm, bạn phải ráng tự hài lòng, hoặc phải trải qua quá trình lựa chọn khó khăn vất vả một lần nữa. Bên cạnh đó chúng ta cũng không thể dựa vào thói quen để đơn giản hóa quyết định của mình, vì không phải tuần nào chúng ta cũng mang về một hệ thống âm thanh mới cũng như vì công nghệ đang phát triển với tốc độ chóng mặt và các sản phẩm thay đổi từng ngày, nên nhiều khả năng là model cũ của bạn đã không còn tồn tại khi bạn muốn thay cái máy ở nhà. Với những điều kiện như vậy, việc lựa chọn bắt đầu có những hậu quả nghiêm trọng hơn.

“Ngập đầu” với thư quảng cáo

Mỗi tuần gia đình tôi nhận được khoảng 20 catalogue gửi tới nhà về vô số mặt hàng: từ quần áo, giày dép tới đồ gia dụng, đồ nội thất, thực phẩm cao cấp, dụng cụ tập thể dục, cho đến những mẫu quà tặng độc đáo; ngoài ra còn có vài sản phẩm mà tôi không biết gọi chúng là gì nữa. Những catalogue này có tốc độ lan truyền không thua kém virus máy tính – một khi bạn đã may mắn (hay xấu số) lọt vào danh sách của một nhãn hiệu, hàng tá những “bạn đồng hành” khác sẽ nhanh chóng tiếp bước. Chỉ cần mua một thứ trong một catalogue và tên bạn sẽ được truyền đi từ nhãn hàng này sang danh sách khác. Trong 1 tháng trước, có 25 catalogue quảng cáo thời trang nằm trên bàn của tôi. Thử mở một cuốn về trang phục nữ, tôi đã tìm ra:

- 19 mẫu áo thun với 8 màu mỗi loại.
- 10 kiểu quần short cũng với 8 màu mỗi loại.
- 7 hiệu quần Jean.
- Hàng tá kiểu áo khoác và quần cực kỳ đa dạng về màu sắc.

Và với đồ tắm – 15 kiểu một mảnh còn 2 mảnh thì “ôi thôi”: 7 loại áo ngực khác nhau, mỗi kiểu có 5 màu để phối hợp với 5 loại quần tắm cũng có 5 màu mỗi mẫu (cho phép các quý bà quý cô có 875 lựa chọn để tự tạo một bộ bikini hấp dẫn cho riêng mình).

Từ shopping kiến thức…

Ngày nay, đa số các trường đại học về xã hội và nhân văn đều theo đuổi quan niệm đề cao sự tự do lựa chọn và một trường đại học hiện đại cũng giống như một trung tâm mua sắm kiến thức vậy.

Một thế kỷ trước, chương trình giáo dục của chúng ta bao gồm những khóa học bắt buộc và cố định, với mục đích cao nhất là đào tạo con người trong những thuyền thống đạo đức và quy tắc công dân. Giáo dục không đơn thuần là học một môn học – đó là một phương pháp phát triển con người đạt được giá trị chuẩn của xã hội và có khát vọng sống cao đẹp. Thường thì đỉnh cao của giáo dục bậc đại học sẽ là một khóa học do các giáo sư giảng dạy và bao gồm nhiều lĩnh vực kiến thức khác nhau được xem là cần thiết cho sinh viên. Nhưng quan trọng hơn, khóa học này có mục đích dạy cho sinh viên cách sử dụng kiến thức đã tiếp thu, để xây dựng một cuộc sống tốt và đạo đức ở cấp độ cá nhân lẫn một thành viên trong xã hội.

Giờ đây mọi chuyện đã hoàn toàn thay đổi. Không còn những chương trình học được định sẵn và cũng không còn một khóa học đơn lẻ bắt buộc cho mọi sinh viên. Không còn nỗ lực dạy con người phải sống tốt vì ai có khả năng phán xét thế nào là một cuộc sống tốt cơ chứ? Khi tôi vừa bước chân vào đại học 35 năm trước, tất cả mọi sinh viên đều phải trải qua 2 năm đại cương. Chúng tôi cũng có một vài lựa chọn về môn học nhưng rất hạn hẹp. Hầu như mỗi khoa đều có một khóa nhập môn dành cho sinh viên năm nhất để chuẩn bị cho họ những kiến thức cao hơn sau này. Bạn có thể gặp một anh chàng cùng khóa chưa hề quen biết, 2 người vẫn có rất nhiều thứ chung để bàn luận về các bài học (cũng như chương trình đào tạo đại học hiện nay tại Việt Nam – người dịch)

Ngày nay, các tổ chức giáo dục hiện đại “chào bán” nhiều chủng loại “hàng hóa” hơn và cho phép, thậm chí là khuyến khích sinh viên – các “khách hàng”, tìm hiểu kỹ lưỡng trước khi tìm ra những gì mình cần và mình thích. Mỗi khách hàng đều tự do để “mua” những gói kiến thức mình muốn và trường đại học sẽ cung cấp bất cứ thứ gì khách hàng của họ yêu cầu. Trong học viện uy tín, cách thức “trung tâm thương mại” này được thể hiện rất rõ ràng. Trong một vài

tuần đầu, sinh viên được phép “xem hàng”, họ vào một lớp học như người tiêu dùng tại các hội chợ và dường như sinh viên nói với giáo sư: “Thầy có 10 phút để thể hiện với em những gì thầy có nên hãy cố gắng hết sức”.

Khoảng 20 năm trước, Đại học Harvard là nơi mở đầu cho cách tiếp cận mới mẻ này. Họ điều chỉnh những yêu cầu về đại cương của mình thành một chương trình “hạt nhân”. Sinh viên sẽ tham dự ít nhất 1 khóa học trong một trong 7 “vùng” lựa chọn rất rộng. Trong những vùng này có tổng cộng 220 khóa học cho sinh viên lựa chọn. 32 khóa Văn hóa nước ngoài, 44 khóa Lịch sử, Văn học – nghệ thuật 58 khóa, Suy lí định lượng 25 khóa và cuối cùng là 44 khóa Khoa học. Vậy bạn hãy thử tính xem tỷ lệ 2 sinh viên không quen biết tình cờ gặp nhau và cùng bàn luận về 1

bài học chung sẽ còn bao nhiêu? Trong phần nâng cao cuối chương tình, sinh viên sẽ tiếp tục được chọn lựa 40 môn chuyên ngành và những người yêu thích nhiều môn có vô vàn khả năng để học nhiều ngành khác nhau, hoặc nếu chưa thỏa mãn, sinh viên thậm chí có thể tự vạch ra kế hoạch lấy bằng cho mình. Harvard không phải là một trường hợp khác biệt, Đại học Princeton cũng cho sinh viên 350 khóa học để lựa chọn nhằm đáp ứng các yêu cầu về chương trình tổng quát của nhà trường và Stanford với số sinh viên đông hơn còn “sản xuất” nhiều lựa chọn hơn nữa. Thậm chí tại ngôi trường nhỏ bé của tôi, Swarthmore College, với chỉ 1.350 sinh viên, các “khách hàng” cũng có thể chọn 9 khóa học trong số 120 lựa chọn để vượt qua các yêu cầu đại cương. Bạn đừng nghĩ chỉ có những trường tư danh giá ở trên là thực hiện việc này, tại các trường công như Penn State, các sinh viên ban xã hội cũng có thể chọn hơn 40 môn chuyên ngành và hàng trăm khóa học khác nhau.

Việc mở rộng các cơ hội giáo dục mang lại rất nhiều lợi ích. Những giá trị giáo dục truyền thống với khối kiến thức cô đọng được truyền từ thầy sang trò như trong quá khứ thường mang tính bắt ép.

Cho tới mãi gần đây, những ý tưởng quan trọng về những giá trị, tầm nhìn từ những truyền thống và văn hóa khác biệt đã luôn bị loại khỏi chương trình đào tạo. Cách giáo dục cũ đã phần nào hạn chế những sinh viên năng động và thông minh, nhưng trong các trường đại học hiện tại mỗi cá nhân đề có quyền tự do theo đuổi những gì

mình quan tầm, mà không phải lo lắng về những gì mà những bậc tiền bối cho rằng đáng phải lĩnh hội. Tuy nhiên sự tự do cũng phải trả một cái giá, giờ đây sinh viên buộc phải tự lựa chọn những quyết định sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ cuộc đời mình sau này. Trong khi có thể họ thiếu hiểu biết để tạo nên những lựa chọn, họ không thể có một lựa chọn khôn ngoan.

…đến shopping giải trí

Trước khi truyền hình cáp ra đời, người Mỹ có 3 kênh truyền hình để chọn và tại những thành phố lớn, ngoài 3 kênh chính còn có khoảng nửa tá những đài phát sóng địa phương. Khi cáp vừa xuất hiện, chức năng nguyên thủy của nó là để nhận tín hiệu tốt hơn. Rồi dần dần những đài truyền hình mới xuất hiện và phát triển nhanh chóng theo thời gian. Hiện tại có tới 200 kênh truyền hình (nhà cung cấp của tôi đề nghị 270 kênh), chưa kể những bộ phim theo ý thích của bạn được phát chỉ với một cú điện thoại yêu cầu. Và nếu bạn vẫn chưa hài lòng với 200 lựa chọn này thì vẫn có những dịch vụ đặc biệt chờ bạn đăng ký, và ai biết được công nghệ hiện đại sẽ còn mang lại cho chúng ta những gì vào ngày mai? Nhưng nếu một ngày nọ bạn bỗng muốn xem 2 chương trình ở 2 kênh khác nhau nhưng lại phát cùng một lúc thì sao?

Đã có các thiết bị thu hình như đầu video hay DVD giải quyết vấn đề này. Thậm chí nếu đủ kinh phí bạn có thể “tậu” một chiếc TV có thể chiếu cùng lúc hai chương trình với 2 màn hình nhỏ. Tuy vậy, những tiên tiến trên sẽ chẳng là gì nếu so sánh với chiếc hộp nhỏ bé vừa được ra mắt tại Mỹ với tên TiVo có khả năng cho phép bạn tự lập trình những chương trình bạn yêu thích và có thể cắt bỏ mọi đoạn quảng cáo, tiếp thị hay những gì làm phiền “giờ vàng” của bạn. Với đà này chỉ trong vòng một thập kỷ nữa thôi, khi tụ tập tán gẫu với nhanh chúng ta sẽ có rất ít cơ hội để cùng bàn tán về một chương trình hay nào đó, cũng như các sinh viên đang gặp khó khăn, để tìm ra người có chung kinh nghiệm về các bài học của mình.

Mở rộng các lựa chọn: lợi hay hại?

Người Mỹ tốn nhiều thời gian vào việc mua sắm hơn bất kỳ dân tộc nào khác trên thế giới. Họ đi shopping khoảng 1 tuần một lần, còn nhiều hơn đến các nơi thờ tự và hiện nước Mỹ có nhiều trung tâm thương mại hơn cả trường học. Theo một khảo sát gần đây, 93% thiếu nữa được hỏi trả lời rằng mua sắm là hoạt động ưa thích của họ. Những phụ nữ trưởng thành cũng có câu trả lời tương tự, nhưng những phụ nữ phải làm việc vất vả và nam giới lại cho rằng mua sắm là một hoạt động khá phiền hà. Khi được yêu cầu xếp hạng sự ưa thích đối với nhiều hoạt động khác nhau, việc đi mua hàng tạp hóa xếp áp chót, còn các loại hình shopping khác đứng thứ 5 từ dưới lên và thứ hạng của chúng còn ngày càng đi xuống. Rõ ràng là người ta mua sắm nhiều hơn nhưng lại tìm được ít niềm vui hơn.

Những kết quả này dẫn tới một số câu hỏi cần giải đáp. Có lẽ không khó hiểu lắm khi chúng ta phải bỏ nhiều thời gian hơn vào việc mua sắm. Với tất cả những lựa chọn quá đa dạng, chọn được thứ mình muốn đòi hỏi nhiều công sức hơn nhưng tại sao người ta lại không vui vẻ hơn? Và nếu không sung sướng gì tại sao người ta vẫn cứ phải tiếp tục “tra tấn” bản thân? Ví dụ nếu không thích đi trong siêu thị, chúng ta có thể đơn giản bước thẳng vào mua thứ chúng ta vẫn luôn mua và bỏ qua những lựa chọn khác. Shopping trong một siêu thị hiện đại chỉ tiêu tốn nhiều nỗ lực khi chúng ta định xem xét kỹ mọi khả năng và tìm ra sản phẩm tốt nhất. Nhưng nếu vậy thì chẳng phải việc gia tăng các lựa chọn là một điều có lợi hay sao? Thật ra đây cũng chính là ý kiến chung của các nhà khoa học nghiên cứu về những lựa chọn của con người. Theo họ, nếu chúng ta tuân theo lý trí thì việc có thêm nhiều lựa chọn sẽ giúp xã hội ngày càng tiến bộ. Những người quan tâm sẽ được hưởng lợi từ những lựa chọn mới còn những ai không thích luôn luôn có thể phớt lờ chúng. Quan điểm này thoạt trông có vẻ logic nhưng lại sai lầm hoàn toàn nếu nhìn vào những kết quả thực nghiệm.

Một tập nghiên cứu mang tên “When Choice Is Demotivating” – “Khi Lựa Chọn Lại Gây Nhụt Chí” đã chứng minh rõ điều này. Một thử nghiệm đã được tiến hành trong một cửa hàng thực phẩm cao cấp tại một công đồng khá giả và người chủ cửa hàng thường trưng

bày những sản phẩm mới vào dịp cuối tuần. Các nhà nghiên cứu đã bày ra một loại mứt rất ngon và đắt tiền cho những người đi ngang qua nếm thử miễn phí và ai mua một lọ sẽ được tặng 1 phiếu giảm giá trị giá 1 USD. Kế bên họ bày thêm 6 loại mứt khác nhau của cùng nhãn hiệu trên để mọi người nếm (nhưng không được mua hết cả 6 loại) rồi tiếp theo là 24 loại và cuối cùng là mọi người có thể mua cả 24 loại. Bên bàn bày nhiều loại hơn thu hút nhiều người hơn nhưng trung bình thì người ta cũng chỉ nếm số lượng mứt như nhau. Tuy nhiên kết quả lại rất chênh lệch khi mọi người mua hàng: 30% số khách hàng bên có ít lựa chọn đã mua một lọ trong khi con số này ở bên có nhiều loại mứt hơn chỉ là 3%.

Trong một thí nghiệm thứ hai, các sinh viên đại học được yêu cầu đánh giá nhiều loại chocolate cao cấp khác nhau dưới dạng một cuộc khảo sát thị trường. Sau đó những người tham gia sẽ cho biết họ sẽ chọn loại nào chỉ bằng mẫu mã bên ngoài và một số mô tả rồi họ sẽ nếm thử và xếp hạng loại mình đã chọn. Tất cả có hai nhóm, một nhóm được phân công đánh giá 6 loại và nhóm còn lại là 30 loại. Cuối cùng trong một phòng khác những sinh viên tham gia sẽ được tặng một hộp chocolate thay vì tiền mặt. Kết quả chủ yếu của thí nghiệm này là với nhóm sinh viên phụ trách 6 loại chocolate cảm thấy hài lòng với việc nếm thử của họ hơn và số người chịu nhận kẹo thay vì tiền cũng nhiều hơn đến 4 lần. Các tác giả của nghiên cứu này đã đưa ra vài lời giải thích cho những kết quả trên. Quá nhiều sự lựa chọn sẽ khiến người tiêu dùng nản lòng vì họ buộc phải nỗ lực nhiều hơn để đưa ra quyết định. Vì thế khách hàng quyết định rằng mình sẽ không quyết định gì cả và không mua sản phẩm. Nếu có mua, việc tốn nhiều công sức hơn sẽ lấy đi niềm vui đến từ việc chọn được một mặt hàng vừa ý. Ngoài ra việc có nhiều chọn lựa cũng sẽ làm giảm độ hấp dẫn của cái khách hàng đã chọn, vì họ vẫn cứ vấn vương với những sản phẩm kia và làm sao mà vui thích được nữa. Tôi sẽ kiểm tra những lời giải thích này và những khả năng khác xuyên suốt cuốn sách, nhưng bây giờ chúng ta hãy cùng nhau xem xét vấn đề còn lại: tại sao người ta không thể chỉ bỏ qua vài lựa chọn và xem 30 loại chocolate cũng như 6 loại mà thôi?

Có vài câu trả lời khác nhau cho vấn đề này. Trước hết ngành công nghiệp tiếp thị và quảng cáo khổng lồ đã khiến chúng ta rất khó

hoặc không thể nào phớt lờ một sản phẩm được; chúng luôn xuất hiện trước mắt chúng ta từng giây từng phút. Thứ hai, con người luôn có khuynh hướng nhìn chung quanh xem người khác làm gì và xem đó là tiêu chuẩn để so sánh. Nếu người ngồi kế bên tôi trên máy bay dùng

một chiếc laptop rất nhẹ và đa dụng với màn hình gương cực nét thì với tư cách một người tiêu dùng, những lựa chọn của tôi lập tức được mở rộng dù tôi có muốn hay không. Cuối cùng cũng có thể chúng ta đang mắc một "căn bênh" mà nhà kinh tế học Fred Hirsh gọi là: "Sự thống trị của những quyết định vụn vặt". Người ta luôn tự nhủ "Đi thêm một cửa hàng nữa xem" hay "Xem thử một cuốn catalogue nữa nhé" chứ không phải là "Hãy đi hết tất cả các cửa hàng hay xem tất cả các catalogue". Có vẻ việc bỏ thêm một yếu tố đã được suy xét trước vào những sự lựa chọn của chúng ta lúc nào cũng dễ dàng hơn. Thế là chúng ta đi từ con số 6 đến 30 một cách tuần tự mỗi lần một lựa chọn được xét đến và sau khi kết thúc cuộc hành trình, chúng ta nhìn lại và hoảng hốt nhận ra con số những khả năng mình đã xem xét và loại bỏ đã tăng lên lúc nào không hay. Nhưng theo tôi điều quan trọng nhất là người ta sẽ không bao giờ phớt lờ những lựa chọn, nếu họ không nhận ra rằng có quá nhiều thứ phải chọn có thể gây thêm rắc rối. Trong khi đó văn hóa Mỹ lại quá đề cao quyền tự do lựa chọn dẫn đến việc những lợi ích từ "vô thiên lủng" các opinion hiển nhiên được xem là mang lại nhiều lợi ích. Mỗi khi không hài lòng sau một cuộc shopping mệt mỏi, khách hàng thường tìm nhiều thứ để quy trách nhiệm như người bán hàng, ách tắc giao thông, giá quá cao hay bị hết hàng nhưng không bao giờ xem việc bị "ngợp" trước các lựa chọn là "thủ phạm" cả. Tuy nhiên đã có vài dấu hiệu hiếm hoi cho thấy bắt đầu có vài sự phản kháng với trào lưu này. Hiện đang có nhiều cuốn sách và tạp chí tuyên bố họ ủng hộ phong trào "tự nguyện đơn giản hóa mọi việc". Ý tưởng chủ chốt của phong trào này là chúng ta có quá nhiều sự chọn lựa, quá nhiều quyết định nhưng lại có quá ít thời gian để làm những điều thật sự quan trọng. Rủi thay, tôi không nghĩ rằng những người đang bị phong trào này cuốn hút lại có cùng cái nhìn với tôi về sự đơn giản. Tôi đã đọc một tạp chí tên là Real Simple để tìm một cương lĩnh nào đó về sự đơn giản. Tờ báo cho rằng: "Cuối cùng, chúng ta bị cả núi công việc đổ xuống đầu và không còn thời gian để

dựng lại và suy nghĩ, hay để thực hiện những điều bản thân muốn làm hoặc cần làm". Và Real Simple tuyên bố: "sẽ cho bạn những giải pháp thiết thực để khiến cuộc sống dễ thở hơn, dẹp bỏ mọi bừa bộn thường ngày và giúp bạn tập trung vào những gì bạn muốn chứ không phải những gì phải làm". Tuy nhiên tập trung vào những gì chúng ta muốn, theo tôi, không hề là giải pháp cho vấn đề có quá nhiều lựa chọn đang bao vây con người. Chính xác là mỗi người chúng ta đều có khả năng tập trung vào những gì mình muốn, nhưng mỗi cái "muốn" của chúng ta sẽ tới vô số lựa chọn xuất hiện. Liệu độc giải có bị thu hút bởi một cuốn tạp chỉ cách đơn giản hóa cuộc sống của họ bằng phương pháp cố đừng muốn quá nhiều thứ hay không? Cách này đã quá ra rời ý định giải quyết vấn đề về lựa chọn nhưng trước hết thì ai sẽ chọn mua tờ báo này chứ?

Chúng ta có thể tưởng tượng tới một lúc nào đó những oppiton sẽ trở nên thừa thãi tới mức ngay cả những người ủng hộ quyền tự do lựa chọn nhiệt thành nhất cũng phải thốt lên "Thôi đủ rồi!". Nhưng có vẻ như thời điểm đó ngày càng bị đẩy vào một tương lai không biết bao giờ mới đến.

Ở chương tiếp theo chúng ta sẽ cùng nhau xem xét những khu vực mới hơn của lựa chọn đã được thêm vào để làm cuộc sống ngày càng thêm phức tạp. Câu hỏi là liệu sự phức tạp ngày càng tăng này có mang lại sự hài lòng cho chúng ta hay không?

CHƯƠNG 2.
SỰ LỰA CHỌN MỚI

Một trong những chức năng cơ bản của ý thức là khả năng chọn lọc thông tin. Rõ ràng là chúng ta không thể nào tập trung chú ý đến tất cả mọi thứ xảy ra xung quanh chúng ta hàng ngày. Càng ngày con người càng nỗ lực hơn trong việc giảm bớt thời gian, công sức cũng như khối lượng công việc phải tham gia trong một ngày, thay vào đó chỉ tập trung đạt được những gì cần thiết nhất cho cuộc sống. Nguồn gốc của con người bắt nguồn từ nền nông nghiệp lúa nước, kế đến là ngành thủ công và thương mại. Khi đời sống ngày càng văn minh, con người không còn phải vắt kiệt sức lực mỗi ngày để kiếm miếng ăn. Thay vào đó mỗi cá nhân chỉ cần biết làm một công việc cụ thể và sau đó trao đổi sản phẩm của mình làm ra để lấy hàng hóa khác. Nhiều niên kỷ sau, nhờ các nhà sản xuất và các thương nhân mà cuộc sống ngày càng trở nên đơn giản hơn. Mọi thứ từ thực phẩm, quần áo đến các vật dụng trong nhà đều được bày bán sẵn tại các cửa hàng. Lúc này sự lựa chọn cho người tiêu dùng còn chưa phong phú, và thời gian người ta bỏ ra cho việc mua sắm còn rất hạn chế.

Mặc dù vậy nhiều thập kỷ qua, tiến trình đơn giản hóa và bó buộc nền kinh tế trên đã dần thay đổi. Càng ngày con người ta càng dành nhiều thời gian hơn cho việc mua sắm hàng ngày của mình.

Lựa chọn vật dụng hàng ngày

Trước đây, mọi vật dụng hàng ngày đều mang tính độc quyền. Người tiêu dùng không phải băn khoăn về việc ai là nhà cung cấp điện thoại hay dịch vụ về điện. Sau sự bùng nổ của "Ma Bell", hàng loạt các sự lựa chọn mới xuất hiện trên thị trường một cách chóng mặt. Chúng ta có thêm nhiều nhà cung cấp khác nhau với nhiều sự lựa chọn khả thi khác. Ngày nay, chúng ta đang đối mặt với nhiều nhà cung cấp dịch vụ điện thoại cố định khác nhau. Bên cạnh đó, nhiều nhà cung cấp dịch vụ điện thoại di động cũng ra đời với đa dạng chọn lựa. Tuần vừa tôi nhận được hai lời mời từ một số công ty hỗ trợ dịch vụ gọi điện thoại đường dài và mỗi ngày chúng ta đều bị tấn công bởi hàng loạt các quảng cáo cả trên báo đài và truyền hình. Quyết định chọn lựa dịch vụ điện thoại nào cũng bắt đầu trở thành một quyết định khó khăn và đòi hỏi nhiều suy ngẫm.

Tình trạng này cũng xảy ra tương tự đối với ngành điện. Nhiều công ty cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh này ở khắp mọi nơi. Do đó một lần nữa chúng ta cần phải trang bị kiến thức để có thể đưa ra những quyết định đúng đắn.

Tôi không có ý cho rằng sự thay đổi này và sự cạnh tranh trong ngành điện thoại và công nghiệp điện là không tốt. Nhiều chuyên gia cho rằng đối với trường hợp này của lĩnh vực điện thoại sẽ góp phần làm giảm giá thành dịch vụ… Đối với ngành công nghiệp điện thì vẫn chưa ngã ngũ. Ở một số lĩnh vực, việc có nhiều sự chọn lựa và cạnh tranh này diễn ra một cách êm thầm. Tuy nhiên, một số lĩnh vực khác lại trở nên căng thẳng khốc liệt hơn với nhiều loại hình dịch vụ khác nhau và giá cả tăng. Đáng chú ý nhất là tình trạng ở Califonia. Nhưng ngay cả khi chúng ta cho rằng việc có nhiều nhà cung cấp và nhiều sự cạnh tranh trong lĩnh vực điện sẽ mang lại lợi nhuận cho người tiêu dùng, thì cuối cùng vẫn có một sự lựa chọn khác để chúng ta phải quyết định.

Trong một buổi nói chuyện giới thiệu về sự cạnh tranh trong lĩnh vực điện ở New York, ông Edward A.Smeloff, một chuyên gia trong ngành công nghiệp điện cho biết: "Trong quá khứ chúng ta vẫn luôn tin tưởng bộ máy điều hành quốc gia do chính chúng ta. Còn quan niệm mới bây giờ con người cần quyết định mọi thứ cho riêng

mình". Vậy thì liệu đây là một thay đổi tốt hay không? Theo nghiên cứu của Yankelovich Partners, hầu hết mọi người đều muốn kiểm soát từng khía cạnh nhỏ trong cuộc sống của mình, tuy nhiên vẫn có một phần không nhỏ muốn đơn giản hóa bớt cuộc sống của họ. Ở đây chúng ta có hai hình thức trái ngược nhau.

Bằng chứng của mâu thuẫn này cho thấy, nhiều người mặc dầu rất hài lòng khi có nhiều sự lựa chọn trong lĩnh vực điện – điện thoại nhưng không thật sự tận dụng chúng. Họ tỏ rất trung thành với những cái có sẵn và không màng khám phá những cái mới. Gần 20 năm sau sự thay đổi này trong lĩnh vực điện thoại, AT&T vẫn chiếm 60% thị phần và phân nửa khách hàng của họ vẫn trả mức phí cũ. Nhiều người thậm chí không màng đến chiến lược lôi kéo của công ty. Ở Philadelphia khi xuất hiện sự cạnh tranh trong ngành điện, theo ước tính chỉ có 15% người tiêu dùng tìm kiếm dịch vụ tốt hơn. Có thể bạn sẽ cho rằng vấn đề người tiêu dùng chọn lựa một cách cảm tính không có gì quan trọng. Tuy nhiên, vấn đề ở đây là một khi chúng ta không còn được bộ máy nhà nước đảm bảo quyền lợi nữa, thì ai có thể cam đoan quyền lợi này sẽ luôn được đảm bảo. Trong thời đại ngày nay, ngay cả khi bạn trung thành với những cái có sẵn, bạn vẫn có nguy cơ phải trả cao hơn cho cùng một loại hình dịch vụ.

Lựa chọn bảo hiểm sức khỏe

Bảo hiểm sức khỏe là một lĩnh vực kinh doanh nghiêm túc và việc chúng ta quyết định chọn lựa như thế nào sẽ để lại một hậu quả nghiêm trọng. Cách đây không lâu, chỉ có một loại hình bảo hiểm duy nhất cho tất cả mọi người, thường là Blue Cross hay dịch vụ chăm sóc sức khỏe Kaiser Permanente. Những công ty ngày không cung cấp cho khách hàng nhiều sự chọn lựa. Ngày nay nhiều tổ chức đã giới thiệu cho nhân viên của mình nhiều sự chọn lựa hơn như mức độ miễn giảm thuế, việc kê đơn thuốc, chăm sóc rang, chăm sóc mắt v.v… Nếu khách hàng muốn tự mình chọn lựa hình thức bảo hiểm cho riêng mình thay vì các dịch vụ cung cấp sẵn, luôn có sẵn một số lượng lớn cho họ chọn lựa. Một lần nữa tôi không có ý phủ nhận những lợi ích mà khách hàng nhận được nhưng vẫn có lý do khác để chúng ta phải lo lắng.

Trong cuộc bầu cử tổng thống năm 2000, một trong những điểm bất đồng giữa hai ứng cử biên George W.Bush và Al Gore liên quan đến vấn đề chọn lựa hình thức bảo hiểm sức khỏe. Cả hai ứng cử viên đều ủng hộ việc cung cấp vỏ hướng dẫn sử dụng thuốc cho những công dân cao tuổi, tuy nhiên họ lại bất đồng gay gắt về cách thức thực hiện việc này. Gore ủng hộ việc thêm hướng dẫn sử dụng thuốc vào Medicare. Một nhóm những chuyên gia sẽ xác định phần vỏ hướng dẫn này, và mọi công dân khác cũng sẽ được cung cấp hướng dẫn tương tự. Những công dân cao tuổi sẽ không phải tự mình quyết định việc sử dụng thuốc như thế nào. Về phần Bush, ông cho rằng những công ty bảo hiểm tư nhân sẽ cung cấp nhiều lựa chọn khác nhau, sau đó người dân sẽ tự chọn lựa cái tốt nhất cho họ. Bush tỏ ra rất tin tưởng và sự màu nhiệm của thị trường cạnh tranh có thể nâng cao chất lượng sản phẩm đồng thời giảm giá thành dịch vụ. Ngay cả 3 năm sau khi vị trí của Đảng Dân chủ và Cộng hòa không thay đổi nhiều đi chăng nữa thì vấn đề này cũng chưa thể giải quyết được.

Có lẽ sự tin dùng trên thị trường đã được chứng minh. Tuy nhiên, ngay cả như vậy đi chăng nữa thì việc phải tự quyết định lựa chọn cũng đã chuyển dần từ trách nhiệm của chính phủ sang cho người dân. Và không chỉ có những vấn đề về bảo hiểm sức khỏe là phức tạp (trong cả cuộc đời của mình tôi chỉ gặp một trường hợp

duy nhất thực sự hiểu rõ hình thức bảo hiểm bao gồm và không bao gồm những gì, cũng như thông điệp mà các công ty bảo hiểm muốn truyền đạt có ý nghĩa gì). Một sự lựa chọn sai lầm có thể gây ra những hậu quả về tài chính nghiêm trọng, dẫn tới việc lựa chọn giữa thuốc và thức ăn, vốn là tình huống ngoài mong muốn.

Lựa chọn hình thức nghỉ hưu

Việc nhân viên được giới thiệu nhiều hình thức hưởng lương hưu khác nhau cũng là một vấn đề. Nhiều năm qua, ngày càng có nhiều chủ doanh nghiệp chuyển từ hình thức lương hưu cố định (defined benefit) dự trên số năm làm việc và khoản lương cuối cùng mà họ nhận được sang hình thức đóng góp cố định (defined contribution) là khoản đóng góp của nhân viên và nhà quản lý vào việc phát triển cơ sở vật chất.

Thông qua việc sử dụng hình thức này, nhà quản lý có thể cung cấp một vài mô hình đóng góp khác nhau và nhân viên có quyền chọn lựa trong số đó. Về căn bản nhân viên có quyền đóng góp theo bất kỳ mô hình nào mà họ muốn và có thể thay đổi mỗi năm. Vấn đề rắc rối ở đây là số lượng mô hình này ngày một bùng nổ. Vậy nhân viên không chỉ có cơ hội chọn lựa hình thức đầu tư ít hay nhiều rủi ro, mà còn có thể chọn nhiều loại hình khác nữa. Chẳng hạn như một người thân của tôi làm việc cho một công ty kế toán nhỏ. Công ty này cung cấp cho nhân viên của họ 14 mô hình lương hưu khác nhau và có thể kết hợp tùy thích. Đến nay, nhiều công ty khác cho rằng con số này vẫn chưa đủ, vì vậy họ đã phát triển lên tới 156 loại. Con số 156 là để dành cho những người không thích 155 loại còn lại và tự quyết định loại hình riêng cho mình.

Việc phát triển của hình thức này mang lại nhiều lợi ích cho người lao động. Nếu như trước kia bạn chỉ có 2 sự chọn lựa giữa quỹ A hoặc quỹ B thì ngày nay còn có thêm C và D và đương nhiên bạn không nhất thiết phải để tâm đến những hình thức mới này. Một số người có thể sẽ rất hứng thú với những sự lựa chọn mới trong khi một số khác cũng không hề bị ảnh hưởng. Nhưng vấn đề ở đây là có quá nhiều loại quỹ, xấp xỉ trên 5000 loại và cái nào sẽ phù hợp với bạn. Bạn sẽ quyết định lựa chọn như thế nào? Khi chỉ có một số lượng ít các loại hình lương hưu, người ta có thể nhờ đến sự hướng dẫn của các chuyên gia tài chính để lựa chọn loại hình có lợi nhất. Lúc này nhiệm vụ của các nhà quản lý cũng giống như chính phủ là bảo đảm cho nhân viên của mình quyết định đúng đắn. Nhưng một khi con số này tăng lên, các nhà quản lý cũng trở nên lơ là trong vấn đề này. Hơn nữa theo tôi thì việc cung cấp quá nhiều sự chọn lựa như vậy sẽ làm giảm đi trách nhiệm của nhà quản lý đối với nhân

viên của mình. Khi chỉ có một vài loại hình, nhà quản lý sẽ xem việc đảm bảo chất lượng của các loại hình này là rất quan trọng. Tuy nhiên khi đã cung cấp quá nhiều sự lựa chọn như vậy, thì mặc nhiên họ cho rằng lúc này trách nhiệm chọn lựa một vài loại hình thích hợp cho mình là của nhân viên. Việc chọn lựa như thế nào một cách khôn ngoan là việc của người lao động.

Vậy thì liệu người ta có thể làm tốt việc này hay không khi đã bước vào độ tuổi về hưu? Một nghiên cứu về vấn đề này cho thấy khi người ta đứng trước quyết định đóng góp thế nào cho khoản lương hưu của mình, thường thì họ phải đối mặt với quá nhiều sự chọn lựa và thường sẽ áp dụng phương pháp phân chia đồng đều 50 – 50 nếu chỉ có 2 loại hình, 25 – 25 – 25 - 25 nếu có 4 loại hình, v.v… Điều này có nghĩa là họ có đưa ra được những quyết định sáng suốt hay không là phụ thuộc hoàn toàn sự lựa chọn mà nhà quản lý cung cấp. Ví dụ nhà quản lý có thể cung cấp một loại hình truyền thống và 5 loại hình mới khác và nhân viên có hể lựa chọn phải

những loại hình mới mang tính rủi ro cao. Một người bình thường có những quyết định rủi ro rất cao với 83% số tiền của họ bấp bênh, cùng với sự không ổn định của thị trường cổ phiếu.

Bạn có thể cho rằng nếu người ta không suy xét kỹ trước những quyết định mang tính quan trọng như vậy, thì họ phải chịu trách nhiệm trước những quyết định của mình. Về mặt lý thì nhà quản lý hoàn toàn không có lỗi nhưng về khía cạnh tình lại là một vấn đề khác. Sẽ có nhiều điều cần nói thêm về vấn đề này, nhưng ở đây tôi chỉ muốn nhấn mạnh vấn đề quyết định hình thức lương hưu chỉ là một trong số những quyết định quan trọng khác. Và một số người cho rằng họ thiếu kinh nghiệm trong những quyết định liên quan đến vấn đề tiền bạc của mình. Một lần nữa, việc có nhiều sự chọn lựa đòi hỏi con người ta không ngừng nghiên cứu học hỏi thêm nữa và chịu trách nhiệm trước những quyết định của mình.

Lựa chọn chăm sóc y tế

Cách đây vài tuần vợ tôi có đi khám sức khỏe tổng quát ở một bác sĩ mới theo định kỳ hàng năm. Cô ấy đã kiểm tra mọi thứ và tất cả đều ổn. Tuy nhiên trên đường về nhà, cô ấy cảm thấy việc kiểm tra sức khỏe có phần sơ sài, thậm chí không kiểm tra máu và vú. Vị bác sĩ chỉ kiểm tra tim, đo huyết áp, chụp X-quang và hỏi xem cô ấy có bị đau ở đâu không. Đây không giống như những lần kiểm tra trước của cô ấy, vì vậy cô ấy đã gọi điện để hỏi xem có sự nhầm lẫn nào hay không. Cô ấy trình bày vấn đề này với giám đốc nơi cô ấy khám và được giải thích rằng bác sĩ ở đây khám bệnh theo yêu cầu của bệnh nhân. Ngoài một số kiểm tra căn bản, cô ấy đã không được kiểm tra thêm gì khác. Vấn đề này xảy ra là do không hiểu nhau trong lúc nói chuyện với bác sĩ. Vị giám đốc xin lỗi vì đã khiến vợ tôi hiểu lầm và đề nghị một buổi nói chuyện với bác sĩ về những thứ cần khám sau này.

Vợ tôi thật sự bị sốc. Việc đi khám bác sĩ hóa ra giống việc bạn đi cắt tóc. Khách hàng hay bệnh nhân phải cho thợ cắt tóc hay bác sĩ biết mục đích của mình.

Trách nhiệm chăm sóc sức khỏe lúc này thuộc về bệnh nhân. Ở đây tôi không có ý muốn nói đến việc lựa chọn bác sĩ vì đương nhiên là bạn có quyền đó (không kể các quốc gia nghèo), và với việc chữa trị đã được sắp xếp sẵn như thế này thì ngày nay chúng ta có ít sự lựa chọn hơn trước kia về việc bác sĩ cần phải làm gì. Khuynh hướng bác sĩ là người biết hết mọi thứ và quyết định bệnh nhân cần phải làm gì, đã nhường chỗ cho việc bác sĩ cung cấp cho bệnh nhân một loạt sự lựa chọn, một số thêm vào hay bớt đi để bệnh nhân tự quyền quyết định. Hình thức này được một nhà vật lý, đồng thời là cộng tác viên cho báo New York, ông Atul Gawande miêu tả như sau:

Một thập kỷ trước, bác sĩ là người ra quyết định và bệnh nhân phải làm theo những quyết định đó. Bác sĩ không phải đáp ứng những yêu cầu ưu tiên của bệnh nhân và là người nắm giữ mọi thông tin về thuốc men, phương thức chữa trị và những chẩn đoán. Bệnh nhân không được nhìn cả kết quả khám của họ vì đây không phải là tài sản của họ. Bệnh nhân bị đối xử như trẻ con, mềm yếu và

mong manh, khó mà chấp nhận sự thật cũng như không thể tự mình quyết định. Và bệnh nhân phải chịu đựng việc này.

Bệnh nhân bị thiệt thòi vì có một số bác sĩ bất cẩn và bốc đồng. Hơn nữa một số người lại đưa ra quyết định chữa trị không dựa trên phương diện y học mà là dựa trên phương diện tình cảm liên quan đến cuộc sống, mối quan hệ gia đình bạn bè v.v… của bệnh nhân. Trong những trường hợp này thì lẽ ra bệnh nhân phải là người được quyền quyết định. Theo Gawande thì cuốn “Thế giới thầm lặng của bác sĩ và bệnh nhân” do một nhà vật lý Jay Katz viết xuất bản năm 1984, chính là nguồn gốc cho sự thay đổi ngày nay. Và Gawande cũng cho rằng việc cho phép bệnh nhân quyền quyết định góp phần làm tăng chất lượng điều trị cho họ. Nhưng ông ấy cũng đề cập đến việc trách nhiệm mà bệnh nhân đảm nhận đã đi quá xa:

Quan niệm mới về quyền tự quyết của bệnh nhân cho một kết quả ngược lại với mong đợi: bệnh nhân thường hài lòng vì được tự quyết định, tuy nhiên lại không muốn hoàn toàn độc lập trong việc này.

Gawande cho một ví dụ về trường hợp gia đình ông ta lâm vào tình trạng khẩn cấp khi Hunter, bé gái sơ sinh con ông bị ngừng thở. Sau một hồi sơ cứu, bé bắt đầu thở lại và họ chuyển bé vào bệnh viện. Hunter tiếp tục thở yếu dần và bác sĩ chịu trách nhiệm điều trị hỏi Gawande xem ông có muốn họ cho luồn ống khí vào khí quản của bé hay không. Đây là một quyết định mà ông Gawande muốn bác sĩ phải là người quyết định cho mình:

Tôi không thể nào quyết định sai lầm trong hoàn cảnh này, ngay cả khi tôi có thể biết được quyết định của tôi là tốt cho con bé, thì tôi cũng không thể nào sống nổi nếu xảy ra bất kỳ sai sót nào. Tôi cần vị bác sĩ điều trị chịu trách nhiệm trong vấn đề này vì dù sao họ cũng có thể chấp nhận được nếu là quyết định đúng hay sai.

Gawande cho biết nghiên cứu cho thấy bệnh nhân luôn muốn những người khác ra quyết định thay cho họ. Mặc dù 65% số người nghiên cứu đều cho biết trường hợp họ mắc bệnh ung thư, họ muốn được tự mình quyết định hình thức điều trị, nhưng trên thực tế chỉ 12% số người thực sự mắc bệnh muốn tự quyết định cho mình. Gawande cho rằng điều mà bệnh nhân thật sự mong muốn từ bác sĩ là năng

lực và sự tử tế của họ. Sự tử tế ở đây bao gồm việc tôn trọng quyền hạn của bệnh nhân, nhưng không có nghĩa là xem nó như một quyền hạn bất khả xâm phạm.

Khi chữa trị, bệnh nhân xem quyền được lựa chọn của mình vừa là một quyền lợi vừa là gánh nặng. Gánh nặng này tập trung chủ yếu vào người phụ nữ, vị họ không chỉ chăm lo sức khoẻ cho bản thân mình mà còn cho cả chồng con. Bà Amy Allina, giám đốc chương trình "Mạng Lưới Sức Khoẻ Phụ Nữ Quốc Gia" cho biết, đây là một nhiệm vụ quá tải đối với người phụ nữ và người tiêu dùng nói chung, trong việc phải lựa chọn cho đúng thông tin và đưa ra quyết định. Họ không chỉ bị quá tải vì phải đưa ra quyết định, mà còn do số lượng nguồn thông tin thu thập để đưa ra quyết định ngày càng bùng nổ. Đây không chỉ là vấn đề lắng nghe những đề nghị của bác sĩ và đưa ra quyết định nữa. Ngày nay chúng ta có sách bách khoa toàn thư phổ thông về chăm sóc sức khoẻ, tạp chí sức khoẻ, và ấn tượng nhất là Internet. Vì vậy việc đưa ra quyết định về sức khoẻ trở thành ác mộng, giống như việc phải làm báo cáo và thậm chí còn quan trọng hơn cả điểm số của một môn học.

Ngoài nguồn thông tin về những mảng khám sức khoẻ chính thì ngày nay chúng ta còn có thêm các loại hình phụ khác như thảo dược, vitamin, thực đơn hàng ngày, châm cứu, vòng đeo tay bằng đồng, v.v… Vào năm 1997, người Mỹ đã bỏ ra khoảng 27 triệu USD đầu tư vào các loại thuốc khác nhau, tất cả đều chưa qua kiểm nghiệm. Quyền được quyết định sự gia tăng các biện pháp điều trị đã thật sự mang lại gánh nặng cho bệnh nhân, một tình trạng không hề có cách đây 20 năm. Bằng chứng mới nhất về trách nhiệm của bác sĩ đã được chuyển dần sang cho bệnh nhân, là sự bùng nổ của các chương trình quảng cáo thuốc trên truyền hình, sau khi những quy định cấp quảng cáo của liên bang về vấn đề này được gỡ bỏ vào năm 1997. Bạn hãy tự hỏi mục đích của việc quảng cáo thuốc vào những giờ chính trên truyền hình là gì (như thuốc chống suy nhược, thuốc kháng viêm, thuốc dị ứng, thuốc ăn kiêng, chống lở loét, v.v…). Chúng ta không thể nào tự đến tiệm thuốc mà mua được, bác sĩ phải là người kê toa cho bệnh nhân. Vậy thì tại sao các công ty lại chịu đầu tư một khoản tiền lớn để đánh trực tiếp đến người tiêu dùng. Rõ ràng là họ mong đợi bệnh nhân sẽ biết đến

thuốc của họ và đề nghị bác sĩ kê đúng loại đó. Nhiệm vụ của bác sĩ lúc này là chỉ là công cụ thực hiện cho những quyết định của bệnh nhân.

Lựa chọn chăm sóc sắc đẹp

Bạn muốn mình sẽ trông như thế nào? Nhờ vào các dịch vụ giải phẫu thẩm mỹ mà ngày nay chúng ta có thể thay đổi cả hình dạng và mặt mũi của mình. Vào năm 1999, hơn 1 triệu ca giải phẫu thẩm mỹ đã được thực hiện ở Mỹ bao gồm

230.000 ca hút mỡ, 165.000 ca nâng ngực, 140.000 ca sửa mắt, 73.000 ca nâng mặt,

54.1 ca chỉnh rốn. Mặc dầu số lượng bệnh nhân nữ chiếm tới 89% nhưng vẫn có một số lượng là nam giới. Một phát ngôn viên của Trung tâm giải phẫu Mỹ (American Society Plastic Surgeons) cho biết họ coi việc giải phẫu thẩm mỹ cũng giống như việc làm móng tay, móng chân hay đi đến spa vậy. Một người khác thì cho rằng việc này cũng giống như là bạn mặc vào một chiếc áo len đẹp, chải tóc, làm móng tay móng chân hoặc là đi tắm nắng vậy. Nói một cách khác, giải phẫu thẩm mỹ đã dần trở thành một việc bình thường mà người ta có thể bàn tán hàng ngày. Xét về khía cạnh nào đó thì việc bề ngoài trông như thế nào đã trở thành vấn đề của sự chọn lựa. Ngày nay người ta chịu trách nhiệm luôn cả việc bề ngoài của họ trông như thế nào. Nhà báo Wendy Kaminser cho biết sắc đẹp là cái mà tạo hoá ban tặng cho một số ít người để chúng ta chiêm ngưỡng. Ngày nay nó là một thành tựu, sự xấu xí không chỉ đơn thuần là không may mắn nữa mà là một thất bại.

Lựa chọn cách thức làm việc

Trong suốt chiều dài lịch sử, nước Mỹ luôn tự hào về tính năng động xã hội mà công dân mình có được. Khoảng 2/3 học sinh tốt nghiệp phổ thông tiếp tục vào đại học. Việc này mở ra cho sinh viên nhiều cơ hội nghề nghiệp hơn. Việc người Mỹ chọn lựa nghề nghiệp của mình không gò bó bởi nghề nghiệp mà cha mẹ họ làm trước đây hay bởi công việc hiện tại. Tôi hiểu rõ công việc mà những cơ hội cho mỗi người Mỹ là không đồng đều nhau. Tài chính gia đình và khuynh hướng kinh tế quốc gia vẫn đặt một áp lực lên vai nhiều người nhưng không nhiều như trước đây.

Sau khi đã chọn được định hướng nghề nghiệp cho mình, người ta lại gặp phải những sự lựa chọn khác. Cuộc cách mạng viễn thông đã tạo điều kiện linh hoạt hơn trong việc chọn lựa nơi chốn và địa điểm làm việc. Các công ty phải bất đắc dĩ thừa nhận rằng nhiều người có thể làm việc rất hiệu quả tại nhà, tránh bị ảnh hưởng bởi những yếu tố bên ngoài. Và khi con người ta có thể làm việc ở bất cứ đâu vào bất cứ giờ nào, thì họ cũng phải đối mặt với thách thức từng ngày từng phút về việc quyết định có làm việc hay không. Email chỉ là một phương tiện liên lạc. Chúng ta có nên mang theo laptop vào kỳ nghỉ của mình hay không? Chúng ta có nên kết nối hệ thống voice-mail qua điện thoại di động và kiểm tra mail trong khi đợi ở quầy tiếp tân tại khách sạn? Đối với một số ngành nghề, người ta phải luôn đối mặt với những khó khăn khác nhau trong suốt quá trình làm việc. Điều này cho thấy cho dù chúng ta có đi làm hay không thì đây cũng là vấn đề chọn lựa từng phút từng giờ.

Chúng ta sẽ làm việc cho ai? Đây có lẽ là sự lựa chọn mà chúng ta phải đối mặt hàng ngày. Một người Mỹ 32 tuổi trung bình đã làm việc cho 9 công ty khác

nhau. Cách đây vài năm trong một bài báo về sự biến động của thị trường lao động Mỹ có tựa đề U.S News and World Report ước tính vào năm 1999 có khoảng 17 triệu người Mỹ tình nguyện rời bỏ công việc hiện tại để tìm một công việc khác. Người ta tìm đến công việc mới để được tăng lương và tìm kiếm những cơ hội phát triển tốt hơn. Họ cũng thay đổi công việc vì muốn đến sống ở thành phố khác thay vì chán công việc cũ. Thật vậy, việc thay đổi công việc đã

trở thành chuyện bình thường đối với những người làm việc trên 5 năm cho cùng một công ty. Trừ khi người ta hãy còn muốn gắn bó và tham vọng với công việc của mình, hay ít ra là công việc và môi trường làm việc cũ quá tốt. Khi tình hình trở nên xấu đi, chúng ta dễ dàng tìm đến một công việc mới hơn. Rõ ràng mức độ thay đổi công việc hiện nay đã giảm hơn so với năm 1999, tuy nhiên người ta vẫn luôn trong tình trạng kiếm công việc mới.

Vậy khi nào chúng ta nên tìm kiếm một công việc mới? Câu trả lời nằm ở chỗ bạn bắt đầu tìm kiếm thời điểm bắt đầu công việc của mình. Hãy nghĩ tới giây phút bạn phải quyết định lựa chọn: "Tôi nên làm việc ở đâu và làm công việc gì? Đó là những câu hỏi vẫn chưa có lời giải đáp. Thông tin về những cơ hội mới và tốt hơn luôn rất dồi dào. Một quảng cáo của hãng Microsoft: "Bạn muốn đi đâu ngày hôm nay?" không chỉ đơn thuần là việc lướt web mà thôi.

Sự đa dạng trong công việc mang lại cho chúng ta nhiều cơ hội hơn. Việc tự do thay đổi công ty và công việc mở ra nhiều cơ hội và sự chọn lựa thách thức hơn. Tuy nhiên mọi thứ đều có cái giá của nó, ở đây chính là gánh nặng trong việc tìm kiếm thông tin và đưa ra quyết định cho chính mình. Người ta sẽ không thể nào có thể thoải mái tận hưởng những thành quả của mình và luôn trong trạng thái tìm kiếm những cơ hội tốt hơn.

Ngay cả việc phải ăn mặc như thế nào khi đi làm cũng trở thành sự lựa chọn mới đồng thời là những mối lo mới. Xu hướng ăn mặc một cách thoải mái nơi công sở xuất hiện cách đây một thế kỷ với mong muốn làm cho cuộc sống của nhân viên được dễ dàng hơn, thoải mái hơn tại nơi làm việc đồng thời tiết kiệm được tiền bạc. Tuy nhiên kết quả lại hoàn toàn ngược lại. Bên cạnh đồng phục bình thường nơi công sở, người ta cũng thiết kế ra những bộ trang phục nơi công sở hàng ngày. Không chỉ đơn thuần là áo thun hay len mà bạn mặc ở nhà vào những ngày cuối tuần, những bộ trang phục ngày nay vừa phải đáp ứng nhu cầu thoải mái mà cần phải gọn gàng nghiêm túc. Trang phục công sở ngày một bùng nổ cũng dẫn đến vấn đề quyết định chọn lựa như thế nào. Ngày nay không chỉ là quần tây áo sơ mi cà vạt vàng hay đỏ nữa mà vấn đề thế nào là trang phục bình thường. Tờ New York đã chia mảng thời trang này

thành 6 loại khác nhau: năng động, khoẻ mạnh, thể thao, sang trọng, phong

cách doanh nghiệp, v.v… Jogn Seabrook cũng nói về vấn đề này như sau: “Điều này đã làm cho trang phục thường ngày trở nên tồi tệ hơn thậm chí không còn là trang phục thường ngày nữa.” Vì vậy, cho dù là chúng ta được quyền quyết định cách ăn mặc như thế nào trong những ngày được cho phép, thì nhiều người vẫn cảm thấy vấn đề này vô cùng phức tạp.

Lựa chọn cách yêu

Tôi chơi với một người bạn khá thân tên Joseph từ khi anh ấy tốt nghiệp đại học đầu những năm 90. Anh ấy tiếp tục theo học PhD và hiện nay đang làm nghiên cứu tại một trường đại học. Vài năm trước Joseph rất chắc chắn với tôi về điều này. Joseph đã có những quyết định quan trọng đối với nghề nghiệp và người bạn đời của mình. Tuy nhiên trong quá trình tìm hiểu lẫn nhau, cả hai phải trải qua những quyết định hết sức khó khăn. Đầu tiên họ phải quyết định xem có sống chung với nhau hay không. Quyết định này bao gồm việc xem xét thói quen độc lập với việc phụ thuộc lẫn nhau và cả những lợi ích khác như thuận tiện, tiết kiệm được tài chính từ việc sống chung với nhau và phải đối mặt với cả sự phản đối của gia đình. Một thời gian sau, họ phải quyết định việc tổ chức hôn lễ ở đâu và như thế nào. Họ có nên đợi đến khi cả hai đã có được một công việc ổn định hay không? Ai sẽ là người theo đạo của người kia? Việc quyết định sống chung còn bao gồm cả việc quyết định các khoản chi tiêu như thế nào.

Tiếp theo, họ phải quyết định về việc có nên có con hay không? Việc này liên quan đến một loạt các vấn đề khác như thời gian sinh hoạt, hoàn thành bằng PhD và một tương lai không chắc chắn khác về mặt công việc. Họ cũng phải giải quyết vấn đề tôn giáo. Họ phải quyết định xem sẽ cho con mình theo đạo nào.

Một loạt các quyết định khác liên quan đến vấn đề công việc. Họ có nên tìm kiếm một công việc tốt hơn hay không và có nên tận dụng những cơ hội đó cho dù có phải sống riêng hay không? Nếu không ai sẽ là người chấp nhận hy sinh? Khi tìm việc, họ nên để tâm đến việc gần nhà nội hay nhà ngoại hoặc đơn giản chỉ việc tìm kiếm những công việc tốt nhất trong cùng một thành phố? Đối mặt và giải quyết những lựa chọn trên thật sự khó khăn cho Joseph và Jane. Họ cho rằng họ phải có những quyết định hết sức khó khăn khi yêu nhau và cam kết gắn bó với nhau. Bấy nhiêu đó đã đủ hay chưa?

Người Mỹ luôn phải đối mặt với nhiều sự lựa chọn khác nhau trong cuộc sống của mình. Tuy nhiên trong quá khứ những sự lựa chọn đều được mặc định sẵn nên người ta nhận thức các quyết định lựa chọn của mình. Chọn lựa bạn đời cũng là một vấn đề, nhưng

phải nhớ rằng cần phải quyết định càng sớm càng tốt kể cả vấn đề con

cái vì đó là việc người ta vẫn làm. Những người không theo quy tắc này là những người sống ngoài những lề thói của xã hội. Ngày nay thật khó để có thể xác định sự lựa chọn nào nằm trong số này. Khi xem xét xung quanh, chúng ta dễ dàng nhận thấy sự cam kết tưởng tượng cho những mối quan hệ gần gũi của con người.

Những sự lựa chọn không chính thống này được hoan nghênh ở nhiều nơi trên thế giới và nhiều vùng ở nước Mỹ. Nhìn chung thì khuynh hướng truyền thống vẫn được chấp nhận hơn. Ngay cả trên truyền hình hầu như cũng không có những người tiên phong nào, chỉ có những người đã lập gia đình, chưa lập gia đình, những người thích quan hệ khác giới và đồng giới, những gia đình đông con và không có con luôn cố gắng làm chúng ta cười mỗi ngày. Ngày nay mọi sự lựa chọn về tình cảm đều có sẵn. Một sự bùng nổ khác cùng với những lo lắng khác theo đó nảy sinh.

Lựa chọn cách cầu nguyện

Mặc dầu hầu hết người Mỹ đều rất thực tế tuy nhiên đây vẫn là một quốc gia rất sùng đạo. Theo một thăm dò dư luận quần chúng gần đây của viện Ga-lóp (Mỹ), 96% người Mỹ đều tin vào Chúa Trời và các thế lực siêu nhiên, 87% cho rằng tôn giáo là một phần quan trọng trong cuộc sống của họ. Mặc dầu chỉ một phần nhỏ trong số này tham gia vào các hoạt động tôn giáo nhưng không nghi ngờ gì đây là một quốc gia của những đức tin. Vậy thì đức tin là gì?

Mặc dầu hầu hết chúng ta đều thừa hưởng truyền thống tôn giáo của cha mẹ, nhưng chúng ta vẫn có quyền chọn lựa hình thức tín ngưỡng phù hợp cho mình. Chúng ta không muốn xem tôn giáo là những điều răn dạy mà chúng ta buộc phải tuân theo thay vì là những lời khuyên răn mà chúng ta là những người được toàn quyền quyết định. Chúng ta tham gia vào các hoạt động tôn giáo như là một hình thức tìm kiếm những cơ hội để có thể đạt được một điều gì từ nó. Nhiều người muốn lấp đầy tình cảm của mình, một số khác muốn tạo ra nhiều mối quan hệ xã hội, trong khi một bộ phận muốn được chỉ dẫn và giúp đỡ cho những khó khăn trong cuộc sống của mình. Những địa điểm tôn giáo đã trở thành nơi người ta có thể tìm thấy sự yên tĩnh, thoải mái trong tâm hồn và chúng ta – những tín đồ đến đó để tìm kiếm thứ mà chúng ta cần.

Có lẽ không phù hợp khi đề cập đến vấn đề tôn giáo ở đây khi chúng ta đang bàn về vấn đề mua sắm, nhưng theo tôi điều này phản ánh những gì người ta mong muốn từ các hoạt động tôn giáo. Không có gì ngạc nhiên khi xếp sự lựa chọn và thoả mãn của cá nhân vào những giá trị văn hoá của cuộc sống con người. Ngay cả khi người ta tham gia vào các hoạt động đức tin, hay chỉ cần mong muốn tham gia vào

các hoạt động này thì người ta cũng đồng thời mong muốn những yêu cầu, sở thích và nguyện vọng của mình được quan tâm trở lại.

Nhà xã hội học Alan Wolfe gần đây đã ghi chép lại sự thay đổi này ở các viện tôn giáo và lời dạy trong cuốn Moral Freedom: Tìm kiếm đức hạnh trong một thế giới của những sự chọn lựa. Wolfe cũng đã có những buổi phỏng vấn trên khắp nước Mỹ và cũng nhất

trí rằng mỗi cá nhân có quyền chọn lựa những giá trị đạo đức cho riêng mình.

Đối với những người mà vai trò của tôn giáo đối với họ chỉ là nguồn gốc của sự áp đặt chứ không phải an ủi, chỉ dẫn hay hỗ trợ, sự tự do lựa chọn trong lĩnh vực này chính là sự may mắn. Người ta có thể chọn lựa hình thức thích hợp nhất cho mình và chọn lựa địa điểm tham gia hoạt động tôn giáo theo hình mẫu cho riêng mình. Họ cũng có thể lựa chọn những lời răn dạy hay giáo điều thích hợp với mình nhất, bao gồm việc lựa chọn những loại hình truyền thống hấp dẫn, thay vì bị giới hạn trong cuộc sống của mình. Một khía cạnh tích cực khác là người ta có thể lựa chọn những hình thức tham gia phù hợp nhất cho cuộc sống, những giá trị và mục tiêu của mình. Tuy nhiên, mặt tiêu cực của nó là ở chỗ người ta phải đối mặt với gánh nặng tự mình quyết định tất cả những điều đó.

Lựa chọn mình là ai

Chúng ta có một tự do lựa chọn khác trong xã hội hiện đại mà chắc chắn là vô tiền khoáng hậu. Chúng ta có thể tự chọn bản sắc cho chính mình. Mỗi người được sinh ra với những hành trang của tổ tiên về sắc tộc, tôn giáo, địa vị kinh tế và xã hội. Những thứ này, vốn cho chúng ta biết mình là ai hay ít ra chúng cũng từng làm vậy, nay không còn cần thiết nữa. Giờ đây đã có những khả năng lớn hơn tồn tại cho việc chuyển đổi giai cấp kinh tế xã hội đã được thừa hưởng. Một số trong chúng ta cố tình che giấu cái tôn giáo mình đã sinh ra. Chúng ta có thể cho mọi người biết hay ôm khư khư lấy di sản sắc tộc của mình. Chúng ta có thể chào mừng hay đè nén quốc tịch của chính mình. Và đối với vấn đề chủng tộc cũng đã trở nên thông thoáng hơn. Khi hôn nhân đa chủng tộc ngày một trở nên phổ biến, những thế hệ con cháu của những cuộc hôn nhân ấy cho thấy sự khác biệt về màu da và những khía cạnh sinh lý càng làm cho việc nhận dạng chủng tộc từ bên ngoài ngày một khó khăn hơn. Và khi xã hội ngày một trở nên văn minh hơn, nó cho phép việc nhận dạng chủng tộc từ bên trong trở nên linh động hơn. Hơn thế nữa, do chúng ta sở hữu những bản sắc đa phương diện, chúng ta có thể nhấn mạnh những bản sắc khác nhau trong trong những ngữ cảnh khác nhau. Một thiếu nữ Mexico nhập cư vào Mỹ ngồi học giờ văn chương ở Đại học có thể tự hỏi mình trong cuộc thảo luận nhóm liệu rằng cô ta có nên tự

miêu tả bản sắc của mình là người Latin, người Mễ, phụ nữ, dân nhập cư, hay là một thiếu nữ. Bản sắc càng ngày không còn là cái mọi người thừa hưởng như nó đã từng trước đây.

Amartya Sen đã chỉ ra rằng người ta lúc nào cũng có sức mạnh để chọn bản sắc cho riêng mình. Lúc nào cũng có thể nói không với những khía cạnh của bản sắc mà làm lại chúng ta, cho dù hệ quả của việc làm đó có nghiêm trọng. Với hôn nhân, việc lựa chọn bản sắc đã chuyển từ trạng thái những lựa chọn có sẵn và có rất ít thực tiễn tâm lý sang trạng thái coi lựa chọn bản sắc là rất thực và quan trọng. Và sự lựa chọn này cho kết quả hai mặt: tốt ở chỗ chúng giải phóng chúng ta, nhưng lại làm ta nặng gánh với những trách nhiệm lựa chọn.

Lựa chọn có ý nghĩa như thế nào?

Triết gia Albert Camus đặt ra câu hỏi: "Tôi nên tự vẫn, hay uống một tách cà phê?". Ý ông này cho thấy mọi thứ trên đời luôn là lựa chọn. Từng giây từng phút chúng ta lựa chọn, luôn luôn có những thay thế. Nếu đúng vậy, thì điều này có nghĩa gì khi ở hai chương đầu tiên tôi đã gợi ra rằng chúng ta đang phải đối mặt với những lựa chọn và quyết định nhiều hơn bao giờ hết?

Từng hoạt động quen thuộc của một buổi sáng chán ngắt cũng là một vấn đề lựa chọn. Bạn không phải đánh răng rửa mặt, tắm táp. Khi mặc đồ, bạn không phải

mặc đồ lót, và vân vân. Nhưng tất cả những cái đó không được xem như là lựa chọn. Đúng, bạn có thể làm tất cả những điều đó, nhưng bạn thậm chí chưa hề nghĩ tới chúng. Và vì vậy, bạn chưa hề chiêm nghiệm về những lựa chọn thay thế chúng, và do đó hầu như không có thực tiễn tâm lý nào đối với tự do lựa chọn này. Có thể vào cuối tuần bạn sẽ cho phép mình ngủ nướng một chút, lười tắm một chút, nhưng khi vào các ngày còn lại trong tuần, bạn trở thành một cái máy.

Đây là một điều rất đáng phấn khởi. Gánh nặng phải làm cho mọi hoạt động trở thành lựa chọn có chủ đích và có ý thức sẽ thật quá sức với chúng ta. Sự chuyển biến của lựa chọn trong nhiều phương diện của cuộc sống hiện đại đã đi từ những cái phi thực tiễn nội tại tâm lý thành những điều rất thực. Do vậy, giờ đây chúng ta đối mặt với yêu cầu đưa ra lựa chọn không tương thích với lịch sử con người.

Chúng ta sẽ rất bực mình nếu như ai đó lấy đi quyền tự do lựa chọn. Nếu tuỳ vào chúng ta để chọn hay không chọn, chúng ta sẽ đồng ý được chọn lựa hầu như mọi lúc. Nhưng theo tôi, chính những ảnh hưởng tích luỹ của những lựa chọn thêm vào đang gây ra căng thẳng đáng kể. Như đã nói ở chương 1, chúng ta bị mắc kẹt trong cái Fred Hirsch gọi là "sự thống trị độc tài của những quyết định nhỏ". Trong một lĩnh vực cho sẵn nào, chúng ta cương quyết nói "vâng" với lựa chọn, nhưng chưa bao giờ bỏ phiếu bầu cho toàn bộ gói lựa chọn. Tuy nhiên, nếu như thuận tình đối với mọi trường

hợp cụ thể, trên thực tế chúng ta đang thuận tình cho toàn bộ gói lựa chọn với hệ quả khó mà kiểm soát được.

PHẦN II.
CHÚNG TA LỰA CHỌN NHƯ THẾ NÀO

CHƯƠNG 3.
QUYẾT ĐỊNH VÀ LỰA CHỌN

Để có một lựa chọn tốt là chuyện không dễ dàng, và hầu như những sự lựa chọn đều có rất nhiều khía cạnh khác nhau. Khi thuê một căn hộ, bạn phải xem xét vị trí, không gian, điều kiện, sự an toàn và tiền thuê hà. Khi mua một chiếc xe, bạn phải xem xét đến sự an toàn, độ tin cậy, tiết kiệm nhiên liệu, kiểu dáng và giá cả. Khi lựa chọn một công việc, lương bổng, vị trí, cơ hội thăng tiến, những đồng nghiệp tương lai cũng như bản thân công việc là những vấn đề mà bạn cần bỏ thời gian suy nghĩ.

Hầu hết những quyết định thường bao gồm những bước sau:

1. Xác định được một hay những mục đích của mình.
2. Xem xét tầm quan trọng của mỗi mục đích.
3. Nghĩ hết những lựa chọn có thể.
4. Đánh giá cách mà mỗi lựa chọn có thể đáp ứng được mục đích của mình như thế nào.
5. Chọn lựa chọn tốt nhất.
6. Sau đó sử dụng kết quả lựa chọn của bạn để điều chỉnh mục đích, tầm quan trọng mà bạn gán cho nó và phương thức mà bạn sử dụng để đánh giá những khả năng trong tương lai.

Chẳng hạn, sau khi thuê một căn hộ bạn có thể phát hiện ra rằng, việc nó nằm gần khu mua sắm hay phương tiện công cộng trở nên quan trọng hơn, và không gian thì ít quan trọng hơn bạn nghĩ khi đặt bút ký vào hợp đồng thuê nhà. Lần sau, bạn sẽ suy nghĩ về những yếu tố này khác đi.

Ngay cả khi có rất ít sự lựa chọn, đi qua hét các bước của quá trình này cũng là một công việc vất vả. Khi càng có nhiều lựa chọn hơn thì sự cố gắng cần thiết để có lựa chọn tốt cũng tăng lên theo, đây là một trong những lý do lựa chọn có thể trở thành gánh nặng thay vì là một chuyện vui vẻ. Đây cũng là một trong những lý do tại sao chúng ta không thể thực hiện công việc đưa ra quyết định một cách hiệu quả.

Xác định được mục đích

Quá trình xác định mục đích và ra quyết định bắt đầu bằng câu hỏi: “Tôi muốn gì? Mới nhìn thì có vẻ dễ dàng trả lời câu hỏi này. Ấy thế mà với cái mớ thông tin hỗn loạn của thế giới bên ngoài đó, câu hỏi “Tôi muốn gì?” hầu như được trả lời thông qua tự vấn nội tâm.

Nhưng thật ra xác định được mình muốn gì có nghĩa là có khả năng dự liệu được một cách chính xác chúng ta sẽ cảm giác như thế nào, đối với sự lựa chọn này hay lựa chọn khác và điều này là không hề dễ dàng.

Bất kỳ lúc nào bạn dùng bữa trong nhà hàng, hay lắng nghe một bản nhạc, hoặc đi xem phim ở rạp, bạn có thể thích những điều ấy hoặc không thích. Cái cách mà bữa ăn, bản nhạc hay bộ phim đem lại cảm giác cho bạn trong giây phút đó - cho dù là tốt hay xấu - đều có thể gọi là tính năng trải nghiệm. Nhưng trước khi bạn thực sự có kinh nghiệm đó, bạn phải chọn lựa nó. Bạn phải lựa chọn nhà hàng nào, đĩa nhạc nào, hay bộ phim nào, và bạn thực hiện những sự lựa chọn này dựa vào việc bạn dự liệu việc đó sẽ đem lại cho bạn cảm giác như thế nào. Vì vậy lựa chọn căn cứ trên tính năng được dự liệu. Và một khi bạn đã có kinh nghiệm với nhà hàng nào đó, đĩa nhạc nào đó, hay bộ phim nào đó, những lựa chọn khác trong tương lai sẽ được thực hiện căn cứ vào những gì bạn nhớ về những kinh nghiệm trong quá khứ, nói một cách khác, căn cứ vào tính năng ghi nhớ. Để nói tằng chúng ta biết những gi chúng ta muốn, vì thế, có nghĩa là ba loại tính năng này phải liên kết với nhau, tính năng dự liệu phải ứng với tính năng trải nghiệm, và tính năng trải nghiệm được phản ánh trung thực trong tính năng ghi nhớ. Mặc dù vậy, vấn đề là ba loại tính năng này ít khi có thể liên kết một cách tốt đẹp.

Bác sĩ tâm lý Daniel Kahneman - người đạt giải Nobel và những đồng sự của ông đã chỉ ra rằng, chỉ có hai điều quyết định những gì chúng ta nhớ về các khía cạnh vui vẻ của những kinh nghiệm quá khứ: Chúng ta cảm thấy như thế nào khi chúng ta ở đỉnh điểm của cảm xúc vào thời điểm đó (tốt nhất hoặc tệ nhất), và chúng ta cảm thấy thế nào khi mọi việc kết thúc. Quy luật “đỉnh điểm - kết thúc” này của Kahneman’s là những gì chúng ta sử dụng để tổng kết những kinh nghiệm, và chúng ta dựa trên kinh nghiệm tổng kết đó

sau này để nhắc nhở chúng ta về những gì chúng ta đã cảm thấy. Những tổng kết về kinh nghiệm đó ngược lại lại ảnh hưởng đến quyết định rằng, chúng ta có nên có lại kinh nghiệm đó một lần nữa, và những yếu tố như sự phân chia của cảm giác thích thú và không thích thú trong lúc chúng ta trải qua điều đó hay cảm giác đó kéo dài trong bao lâu, hầu như không có chút ảnh hưởng nào lên ký ức của chúng ta về điều đó.

Đây là một ví dụ. Những người tham gia trong một nghiên cứu tại phòng thí nghiệm được cho nghe hai tiếng ồn rất to và rất khó chịu bằng dây nghe tai. Một tiếng ồn chỉ nghe trong vòng tám giây. Tiếng ồn kia trong vòng mười sáu giây. Tám giây đầu tiên khi nghe tiếng ồn thứ hai được nhận định rằng giống y hệt tiếng ồn đầu tiên, trong khi tám giây tiếp theo sau đó, mặc dù vẫn to và khó nghe, được nhận định là không to bằng tiếng ồn đầu tiên. Sau đó, những người tham dự được cho nghe lại một trong hai tiếng ồn một lần nữa, nhưng họ không phân biệt được cái nào ra cái nào cả. Rõ ràng là tiếng ồn thứ hai thì tệ hơn - vì cảm giác khó chịu kéo dài gấp đôi thời gian. Mặc dù vậy, phần lớn mọi người chọn nghe lại tiếng ồn thứ hai. Tại sao? Bởi vì cho dù hai tiếng ồn đều gây khó chịu và có cùng cảm giác khó chịu đỉnh điểm, tiếng ồn thứ hai có kết thúc đỡ gây khó chịu hơn và vì vậy được nhớ đến như là đỡ gây bực bội hơn tiếng ồn thứ nhất.

Đây là một ví dụ khác, một ví dụ khá nổi bật của quy luật “đỉnh điểm - kết thúc” trong thực tế. Những người đàn ông phải trải qua xét nghiệm soi trực tràng được hỏi về cảm giác của họ lúc họ làm xét nghiệm và cảm giác của họ khi nó kết thúc. Hầu như ai cũng thấy những xét nghiệm này, với một cái ống có gắn một camera nhỏ tí ở đầu được nhét vào hậu môn (rectum) và được di chuyển xung quanh để khám xét hệ thống ruột bên trong, là khá khó chịu - đủ để những bệnh nhân tránh những cuộc xét nghiệm định kỳ kiểu này, chỉ trừ khi thật sự cần thiết cho tính mạng của họ thì họ mới làm. Trong lúc xét nghiệm, một nhóm người nhận được xét nghiệm trực tràng bình thường. Nhóm thứ hai có xét nghiệm trực tràng thêm. Thêm có nghĩa là sau khi xét nghiệm đã thực hiện xong, bác sĩ để dụng cụ trong đó thêm một lúc nữa. Cảm giác vẫn rất khó chịu, nhưng đỡ hơn rất nhiều vì cái ống không chuyển động. (Lưu ý rằng cả hai

nhóm bệnh nhân đều phải thực hiện xét nghiệm trực tràng vì lý do sức khỏe chính đáng chứ không phải họ phải trải qua quá trình này chỉ vì muốn tham gia vào thí nghiệm). Như vậy, nhóm thứ hai cũng trải qua cảm giác khó chịu từng giây phút một, với thêm một khoảng thời gian cỡ hai mươi giây đỡ khó chịu hơn. Và đây là những gì họ cho biết, từng giây phút một, khi họ trải qua xét nghiệm trên. Nhưng không bao lâu sau cuộc xét nghiệm, nhóm thứ hai cho rằng kinh nghiệm họ trải qua là đỡ khó chịu hơn là nhóm thứ nhất. Trong khi cả hai nhóm đều có cùng kinh nghiệm về cảm giác đỉnh điểm, nhóm thứ hai có kinh nghiệm kết thúc dễ chịu hơn.

Một minh họa khác cho việc chúng ta không hiểu rõ về bản thân là một cuộc nghiên cứu. Trong đó những người thực hiện cuộc nghiên cứu đề nghị một nhóm sinh viên đại học chọn một số loại thức ăn chơi. Mỗi tuần họ tổ chức một cuộc hội thảo trong vòng ba tiếng với một khoảng thời gian nghỉ giải lao để những người

tham dự được thư giãn tay chân, đi vệ sinh, thư giãn đầu óc và ăn cái gì đó. Khi vị giáo sư yêu cầu học viên chọn một loại thức ăn chơi cho ba tuần làm việc tới, họ chọn các loại khác nhau vì nghĩ rằng họ sẽ chán việc phải ăn cùng một loại trong mỗi tuần. Ngược lại, một nhóm khác trong cùng nghiên cứu đó được yêu cầu chọn loại thức ăn chơi cho một tuần, và họ được chọn một tuần một lần có khuynh hướng cho ăn cùng một loại cho tuần đó.

Hai nhóm người tham gia này được phân công hai công việc khác nhau. Những học viên được chọn một loại thức ăn nhanh cho mỗi lần đơn giản phải tự hỏi bản thân mình hiện tại thích ăn món gì nhất. Những người phải chọn cho ba tuần phải dự đoán việc họ sẽ cảm thấy thế nào về việc ăn trong hai hay ba tuần kể từ thời điểm lựa chọn ở hiện tại. Và họ đã đoán sai, không nghi ngờ gì khi nghĩ rằng việc thích thú ăn món pretzels giảm xuống thấp sau khi đã ăn hết một bịch sẽ vẫn là cái cảm giác mà họ sẽ có một tuần sau đó.

Những người đi mua sắm lặt vặt một tuần một lần thường có những dự đoán sai lầm giống nhau. Thay vì phải mua nhiều gói thức ăn X hay Y loại mà họ ưa thích nhất, họ mua nhiều loại thức ăn khác nhau của X hay Y mà không hề đoán được chính xác rằng đến lúc họ phải ăn X hay Y, họ chắc chắn sẽ thích ăn loại X hay Y mà họ yêu thích nhất. Trong một thí nghiệm của việc mua sắm lặt vặt,

người ta đưa ra cho mỗi thành viên tham gia tám loại thức ăn căn bản và yêu cầu họ tưởng tượng việc mua sắm của họ cho ngày hôm đó và mua một món trong mỗi loại thức ăn. Sau khi làm xong, họ được yêu cầu làm lại lần nữa, ngày hôm sau cũng vậy và việc này được làm trong nhiều ngày. Ngược lại một nhóm khác được yêu cầu đi mua sắm một khối lượng thức ăn cho cả ba ngày, và vì vậy sẽ chọn ba món trong cùng một loại thức ăn. Những người tham gia trong nhóm thứ hai này đã chọn nhiều món khác nhau cho một loại thức ăn hơn là những người ở nhóm đầu, với sự tiên đoán một cách sai lệch là họ sẽ thích ăn cái gì đó khác hơn vào ngày thứ hai so với món họ thích ăn vào ngày thứ nhất.

Vì vậy dường như cả việc dự đoán của chúng ta về việc chúng ta sẽ cảm thấy như thế nào sau khi đã trải qua điều đó và cả những ký ức của chúng ta về việc chúng ta đã thực sự cảm thấy thế nào trong lúc đó, đều không phải là những phản ánh chính xác của việc chúng ta cảm thấy thế nào khi điều đó đang xảy ra. Và tuy nhiên chính những ký ức của quá khứ và những dự đoán về tương lai kiểm soát sự lựa chọn của chúng ta.

Trong thế giới mà sự lựa chọn ngày càng bị nới rộng, rối rắm, mâu thuẫn, chúng ta thấy rằng sự khó khăn trong việc xác định được mục tiêu của chúng ta một

cách chính xác - bước đầu tiên trên con đường đi đến những sự lựa chọn khôn ngoan

- thường dẫn dụ chúng ta đến những thất vọng với những lựa chọn mà chúng ta đã thực hiện.

Thu thập thông tin

Cho dù chúng ta có xác định được mục tiêu của chúng ta tốt hay không tốt đi chăng nữa, một khi chúng ta đã xác định được rồi, chúng ta sẽ phải đi qua công việc kế tiếp là thu thập thông tin để đánh giá các chọn lựa. Để làm được việc này, chúng ta phải xem xét những kinh nghiệm trong quá khứ, cũng như kinh nghiệm và kiến thức của những người khác. Chúng ta đọc những tạp chí dành cho người tiêu dùng, về đầu tư hay về phong cách sống. Chúng ta lắng nghe lời giới thiệu của những người bán hàng. Và càng ngày chúng ta sử dụng càng nhiều internet. Nhưng hơn bất cứ công cụ nào khác, chúng ta thu thập thông tin nhiều nhất từ quảng cáo. Một người Mỹ trung bình xem khoảng ba ngàn mẩu quảng cáo mỗi ngày. Giáo sư về quảng cáo, ông James Twitchell, đã khẳng định rằng: “Quảng cáo là những gì chúng ta biết về thế giới xung quanh chúng ta.”

Vì vậy chúng ta không cần một mình thực hiện sự lựa chọn mà không có được sự giúp đỡ nào. Một khi chúng ta đã biết được chúng ta muốn gì, chúng ta có thể sử dụng các nguồn khác nhau để trợ giúp việc đánh giá những lựa chọn. Nhưng chúng ta cần biết thông tin nào là đáng tin cậy, và chúng ta cần có thời gian để hấp thụ hết lượng thông tin hiện hữu. Ba ngàn quảng cáo một ngày tương đương với cứ một giờ thức tỉnh chúng ta xem khoảng hai trăm quảng cáo, và khoảng hơn ba quảng cáo một phút, và số lượng này là cũng khá là nhiều để mà sàng lọc cho hết thông tin.

Chất lượng và Định lượng của thông tin

Để có thể cho phép số lượng quảng cáo tăng lên, những bộ phim nhiều tập ưa thích nhất của bạn sẽ thu ngắn thời gian dành cho nội dung phim lại so với thông thường. Trên hết là, việc xuất hiện của truyền hình cáp và việc nó có rất nhiều kênh truyền hình đã mang đến cho nó cái gọi là "mua bán thông tin", một chương trình mà thông tin quảng cáo diễu hành như một thể loại giải trí. Báo chí và tạp chí có đến hàng trăm tờ, trong đó phần nói về nội dung là rất ít. Các nhà sản xuất phim đặt những sản phẩm có thương hiệu vào trong phim của mình để tăng giá lên cao. Và ngày càng nhiều những sân vận động thể thao, treo tên những nhà tài trợ với giá hàng triệu đô la mỗi năm. Mỗi chiếc xe đua được sơn phết tên những nhãn hiệu cũng như quần áo đồng phục dành cho vận động viên. Ngay cả chương trình ti vi công cộng bây giờ cũng có quảng cáo, dưới dạng những thông cáo về dịch vụ công cộng ở phần mở màn và kết thúc của mỗi chương trình.

Nhưng không may là những chương trình quảng cáo này không phải nhằm mục đích cung cấp thông tin hữu ích dành cho người tiêu dùng. Mà mục tiêu của quảng cáo là để bán được hàng. Theo ông James Twitchell, cái ý tưởng chính hình thành nên công nghệ quảng cáo hiện đại đến từ những nhà sản xuất thuốc lá trong những năm 30. Trong quá trình nghiên cứu thị trường, họ phát hiện ra rằng những người sử dụng thuốc lá không thể phân biệt các nhãn hiệu thuốc lá khác nhau khi được cho hút thử. Vì vậy, nếu nhà sản xuất muốn bán một nhãn hàng thuốc lá nào đó, thì họ một là làm cho nó trở nên đặc biệt, hai là làm cho người tiêu dùng nghĩ rằng nó đặc biệt, mà cách này thì dễ hơn nhiều. Vì vậy mới làm phát sinh cách thức bán hàng bằng cách gán cho nó một phong cách sống quyến rũ.

Chúng ta có thể nghĩ rằng chúng ta quá thông minh để có thể bị dụ dỗ bởi cái chiêu "thương hiệu" đó, nhưng thực tế thì không phải vậy. Nếu bạn hỏi những người tham gia thực nghiêm giải thích tại sao họ thích âm nhạc hay nghệ thuật nào đó, họ sẽ kể cho bạn nghe một số chuyện liên quan tới chất lượng của những điều đó. Tuy vậy rất nhiều nghiên cứu cho thấy rằng "những gì gần gũi sẽ tạo ra sở thích". Nếu bạn chơi một khúc nhạc cho mọi người nghe, hay cho họ

xem những bức tranh và cho họ nghe nhạc hoặc xem nghệ thuật nhiều lần, thì tựu trung mọi người sẽ đánh giá những cái mà họ quen thuộc cao hơn rất nhiều so với những cái không hề quen thuộc. Những người làm điều này mà không hề biết rằng họ thích khúc nhạc đó nhiều hơn các khúc nhạc khác là vì nó quen thuộc hơn. Vì vậy khi những sản phẩm về bản chất là tương tự nhau, mọi người sẽ thích cái nào gần gũi, ngay cả khi họ thấy gần gũi chỉ vì họ biết tên của nó từ một mẫu quảng cáo.

Nếu mọi người muốn có những thông tin thật sự, họ phải đi ra khỏi quảng cáo để tìm đến những nguồn không đem lại thích thú mấy, chẳng hạn như tạp chí Báo Cáo Tiêu Dùng. Nhà xuất bản của nó, Công Đoàn Người Tiêu Dùng, là một tổ chức độc lập và không có lợi ích với nhiệm vụ là giúp đỡ người tiêu dùng. Nó không cho phép bất kỳ báo cáo nào hay đánh giá nào của nó được sử dụng cho quảng cáo, hay nó cũng không cho phép tờ báo của nó có quảng cáo thương mại. Khi tạp chí này được tung ra bảy mươi lăm năm trước, Báo Cáo Tiêu Dùng đã đem đến cho người tiêu dùng sự so sánh giữa các sản phẩm như sữa loại A và sữa loại B. Ngày nay tạp chí này có thể so sánh 220 kiểu xe mới, 250 loại ngũ cốc dành cho bữa sáng, 400 VCRs, 40 loại xà phòng dùng cho gia đình, 500 loại bảo hiểm sức khỏe, 300 quỹ chung và ngay cả 35 loại đầu vòi sen. Và thực ra chỉ là cưỡi ngựa xem hoa mà thôi. Vì cho mỗi loại sản phẩm mà Báo Cáo Tiêu Dùng đánh giá, có rất nhiều sản phẩm khác bị bỏ qua. Và những kiểu sản phẩm mới được sản xuất thường xuyên đến nỗi những đánh giá về chúng có thể hơi lỗi thời ngay thời điểm xuất bản. Và hạn chế

này được thấy, dĩ nhiên, ở những loại sách hướng dẫn chuyên đề khác - hướng dẫn du lịch, hướng dẫn về các trường đại học và những loại tương tự.

Internet có thể cung cấp cho chúng ta tất cả những loại thông tin cập nhật từng phút, nhưng vì nó là nguồn, nó dân chủ đối với những thông tin sai lầm - bất cứ ai với một máy tính và kết nối với mạng đều có thể thể hiện ý kiến của mình, cho dù họ có biết về điều đó hay không. Với khối lượng thông tin điện tử khổng lồ chúng ta phải đối diện, thì bây giờ thay vì phải giải quyết vấn đề bằng cách lựa chọn trong 200 nhãn hiệu ngũ cộc hay 5000 quỹ chung, chúng ta lần

đầu tiên phải giải quyết vấn đề bằng cách chọn trong số 10.000 website sẵn sàng cung cấp thông tin cho người tiêu dùng như chúng ta. Nếu bạn muốn biết kinh nghiệm của chuyện này, hãy chọn một loại thuốc được chào hàng thẳng cho bạn, sau đó lên mạng tìm hiểu những thông tin gì có thể về loại thuốc mà quảng cáo không thể cung cấp cho bạn. Tôi thử làm với loại thuốc Prilosec, một trong những loại thuốc bán chạy nhất hiện có và được quảng cáo rất rầm rộ bởi nhà sản xuất. Và tôi tìm ra hơn 20,000 bài.

Và có một ví dụ rất tốt cho việc không có sự chọn lọc thông tin trên mạng có thể làm con người sai lệch. Công ty RAND gần đây đã thực hiện việc đánh giá chất lượng của những website cung cấp thông tin y tế và phát hiện ra rằng "hầu như chẳng có ngoại lệ nào, tất cả những websites đó đều tệ như nhau". Những thông tin quan trọng bị bỏ sót và đôi khi những thông tin cung cấp cho chúng ta sai lệch hoặc không chính xác. Hơn thế nữa, nghiên cứu cho thấy những website này lại có ảnh hưởng tới những quyết định liên quan tới sức khỏe của 70 phần trăm những người tư vấn thông tin từ nó.

Đánh giá thông tin

Ngay cả khi chúng ta xác định chính xác những gì chúng ta muốn và tìm thấy những thông tin tốt với số lượng mà chúng ta có thể tiếp thu được, liệu chúng ta có thật sự biết làm thế nào để phân tích, sàng lọc, định lượng và đánh giá chúng để rồi đi đến một kết luận đúng đắn và có được lựa chọn đúng đắn hay không? Không phải lúc nào cũng vậy. Các nhà tâm lý Daniel Kahneman và Amos Tversky, những người đã trải qua ba mươi năm để nghiên cứu cách mọi người đi đến quyết định. Họ đã ghi lại những quy luật khác nhau mà chúng ta thường sử dụng những cái hướng chúng ta sai lệch mỗi khi chúng ta muốn có một quyết định khôn ngoan.

Sự có sẵn

Tưởng tượng rằng chúng ta đang đi mua một chiếc xe hơi mới mà chúng ta chỉ quan tâm tới hai điều: sự an toàn và tính đảm bảo. Bạn đã tham khảo tạp chí Báo Cáo Tiêu Dùng với điểm cao nhất dành cho Volvo cho an toàn và đảm bảo. Buổi tối

đó bạn đến một buổi tiệc và nhắc đến quyết định của mình với bạn bè. "Bạn không nên mua Volvo chút nào", cô bạn của bạn nói "Jane bạn của mình vừa mua chiếc Volvo và nó chỉ toàn mang đến rắc rối cho cô ấy. Đầu tiên chỉ là rỉ dầu mà thôi; sau đó cô ấy không thể khởi động xe, rồi thì cái máy cassette nghiến hư cuốn băng của cô ấy. Cô ấy phải đem nó đi sửa năm lần trong sáu tháng cô ấy có chiếc xe đó.

Bạn có thể cảm thấy rằng mình may mắn khi nghe được câu chuyện này trước khi bạn phạm phải sai lầm ghê gớm, nhưng thật ra, bạn không may mắn đến như vậy. Báo Cáo Tiêu Dùng đã đánh giá về tính đảm bảo của các loại xe thông qua những thông tin tổng hợp từ hàng ngàn hàng ngàn độc giả. Và họ tổng hợp những ý kiến này để đánh giá về tính đảm bảo của mỗi kiểu dáng hay mỗi loại xe. Khi Báo Cáo Tiêu Đùng nói rằng loại xe này đảm bảo thì điều đó căn cứ trên kết luận của hàng ngàn người với hàng ngàn chiếc xe. Điều này không có nghĩa là mỗi người lái xe Volvo sẽ có cùng một câu chuyện để kể. Nhưng thông thường, những người dùng Volvo thường cho những nhận xét tốt về nó hơn là những người dùng các loại xe khác. Và giờ đây bạn của bạn nói đến một người dùng xe Volvo riêng biệt với một chiếc xe Volvo cụ thể nào đó. Bạn sẽ cho câu chuyện đó bao nhiêu phần trọng lượng? Liệu nó có làm thay đổi kết luận dựa trên hàng ngàn trường hợp khác được đánh giá bởi Báo Cáo Tiêu Dùng hay không? Dĩ nhiên là không. Theo lô gíc thì nó sẽ hầu như không có chút ảnh hưởng nào đến quyết định của bạn.

Không may thay, hầu hết mọi người lại xem những bằng chứng thuộc về "giai thoại" này rất nặng, có thể đủ để xóa sạch những đánh giá tốt đẹp mà Báo Cáo Tiêu Dùng đưa ra. Hầu hết chúng ta coi trọng các bằng chứng như vậy vì những câu chuyện ấy là sống

động và dựa vào những câu chuyện chi tiết, liên quan tới con người cụ thể mà ta biết.

Kahneman và Tversky phát hiện và báo cáo rằng, người ta thường có khuynh hướng xem trọng một số thông tin tương phản so với những loại khác. Họ gọi chúng là kinh nghiệm sẵn có cần phải giải thích một chút về điều này. Kinh nghiệm là quy luật căn bản, một con đường tắt về tinh thần. Và kinh nghiệm sẵn có thì có thể hiểu như thế này: giả sử ai đó hỏi bạn một câu hỏi ngớ ngẩn như sau: “Cái gì thì thường gặp trong tiếng Anh hơn, những từ bắt đầu với chữ t hay những từ có chữ t ở chữ cái thứ ba?”. Bạn sẽ trả lời câu hỏi này như thế nào? Bạn sẽ phát hiện ngay sau đó rằng tạo ra những từ bắt đầu bằng chữ t thì dễ dàng hơn nhiều. Những từ bắt đầu bằng chữ t thì “có sẵn” với bạn hơn là những từ có chữ cái thứ ba là chữ t. Và bạn sẽ giải thích đơn giản như thế này: “Nói chung cái gì mà chúng ta bắt gặp thường xuyên hơn, chúng ta sẽ nhớ về chúng trong tương lai dễ hơn. Bởi vì việc nhớ những từ bắt đầu bằng chữ t dễ hơn nhớ những từ có chữ t là chữ cái thứ ba, chắc hẳn trước đây

tôi đã bắt gặp từ này nhiều hơn. Vì vậy trong tiếng Anh có nhiều từ bắt đầu bằng chữ t, hơn là những từ có chữ t là chữ thứ ba”. Nhưng kết luận này là sai lầm.

Kinh nghiệm sẵn có nói rằng, chúng ta cho là trong trí nhớ của chúng ta càng có nhiều những thông tin có sẵn khi mà trước đây chúng ta bắt gặp nó càng nhiều. Cái kinh nghiệm này là đúng. Nhìn chung, sự lặp lại thường xuyên của kinh nghiệm nào đó có ảnh hưởng nhất định lên những thông tin có sẵn của trí nhớ. Nhưng sự lặp lại của kinh nghiệm không phải là thứ duy nhất ảnh hưởng tới trí nhớ. Sự rõ ràng và sự sống động cũng rất quan trọng. Vì những chữ bắt đầu một từ bao giờ cũng rõ ràng hơn những chữ đứng thứ ba trong một từ, chúng là những gợi ý rất có ích trong việc nhớ lại một từ. Vì vậy sự rõ ràng của chữ cái thứ nhất làm cho những từ bắt đầu bằng chữ t dễ dàng được nhớ. Ngoài việc ảnh hưởng đến việc dễ dàng nhớ ra những thông tin từ trong trí nhớ, sự rõ ràng và sống động sẽ ảnh hưởng trọng lượng mà chúng ta cho một số thông tin nào đó.

Trong thực tế có rất nhiều ví dụ của kinh nghiệm sẵn có. Khi những sinh viên đại học phải quyết định học môn nào vào học kỳ tới, họ thường có thông tin tổng hợp về các đánh giá khóa học từ hàng trăm sinh viên cho một kết luận theo một hướng và một bài phỏng vấn với một sinh viên duy nhất được quay lại trên video cho kết luận theo một hướng khác, họ sẽ dễ bị ảnh hưởng bởi bài phỏng vấn sinh động đó hơn là những nhận xét của hàng trăm người khác. Những cuộc phỏng vấn sống động có tác dụng to lớn đối với nhận xét của ai đó, ngay cả khi họ được cho biết trước khi xem rằng chủ đề của cuộc phỏng vấn đó là rất điển hình. Vì vậy xem một cuộc phỏng vấn về một quản ngục đặc biệt đồi bại (hay nhân bản) hoặc về một người nhận phúc lợi xã hội đặc biệt chăm chỉ (hay lười biếng), có thể thay đổi suy nghĩ của một người về quản ngục hay người nhận trợ cấp xã hội nói chung. Khi một cặp vợ chồng được hỏi (một cách riêng biệt) những câu hỏi về điều gì tốt hay xấu trong cuộc hôn nhân của họ, mỗi người thường thấy mình có nhiều trách nhiệm hơn người kia, về cả điều tốt hay điều xấu. Cái tôi bản năng của mỗi người khiến họ dễ dàng nhớ đến những hành động của mình hơn là của vợ hoặc chồng mình. Bởi vì những hành động của chúng ta có sẵn trong trí nhớ, chúng ta cho rằng chúng xảy ra thường xuyên hơn.

Bây giờ chúng ta xem xét cái kinh nghiệm sẵn có trong bối cảnh của quảng cáo, mà mục tiêu chính là làm cho sản phẩm trở nên rõ ràng và sống động. Có nhà sản xuất xe nào đó đặc biệt quan trọng chuyện an toàn khi sản xuất xe của mình? Nếu bạn xem một đoạn phim quay cảnh thử xe bằng cách lái một chiếc xe trị giá 50,000 đô vào tường, thật là khó tin rằng công ty sản xuất xe chả quan tâm gì hết tới tính an toàn, cho dù những số liệu về tính an toàn của xe có nói gì đi chăng nữa.

Cái cách mà chúng ta đánh giá rủi ro cho chúng ta một ví dụ nữa về việc những xét đoán của chúng ta bị bóp méo bởi những cái có sẵn. Trong một nghiên cứu, các nhà nghiên cứu hỏi người trả lời dự đoán xem có bao nhiêu cái chết xảy ra mỗi năm vì những bệnh tật khác nhau, tai nạn xe cộ, thiên tai, điện giật, hay bị mưu sát - tổng cộng có bốn mươi loại rủi ro khác nhau. Các nhà nghiên cứu sau đó đem so sánh kết quả của những câu trả lời với tỉ lệ tử vong cho ra

kết quả đáng ngạc nhiên. Hầu hết những người được hỏi cho rằng các loại tai nạn gây ra tỉ lệ tử vong bằng với tỉ lệ mà bệnh tật gây ra, trong khi thực tế là bệnh tật gây tử vong cao gấp mười sáu lần tai nạn. Tỉ lệ tử vong vì mưu sát được nghĩ rằng cũng tương đương với tử vong vì đột quỵ trong khi thực tế là người chết vì đột quỵ, cao gấp mười một lần so với mưu sát. Nói chung những nguyên nhân trầm trọng và sống động về cái chết (tai nạn, mưu sát, lốc xoáy, lũ lụt, hỏa hoạn) thường được ước tính quá lên, trong khi những nguyên nhân thông thường (tiểu đường, hen suyễn, đột quỵ, lao) thì thường bị ước tính thấp đi.

Những ước tính này có được từ đâu? Tác giả của cuộc nghiên cứu nhìn vào hai tờ báo, được xuất bản ở hai nơi khác nhau tại Hoa Kỳ và họ đếm những câu chuyện liên quan tới các nguyên nhân khác nhau của cái chết. Những gì họ tìm thấy là tần số xuất hiện trên trang bìa của báo và con số dự đoán của những người được hỏi hầu như có tương quan một cách tuyệt đối. Người ta đã nhầm lẫn việc trên các bìa báo nhan nhản những câu chuyện về các vụ giết người, tai nạn, hay hỏa hoạn - sống động, rõ ràng và quá dễ dàng để có sẵn trong trí nhớ - là một dấu hiệu của tần suất những sự kiện các câu chuyện này đại diện. Sự bóp méo này làm cho chúng ta tính sai một cách trầm trọng những nguy hiểm chúng ta đối diện hàng ngày, và vì vậy dẫn đến những sự lựa chọn sai lầm.

Những cái thường giúp chúng ta tránh được quá trình ra các quyết định sai lầm là việc các cá nhân khác nhau sẽ trải qua những sự kiện sống động và rõ ràng khác nhau, vì vậy có sẵn những kinh nghiệm khác nhau trong trí nhớ. Có lẽ bạn đã đọc đâu đó rằng loại xe Kia thì rất an toàn và bạn quyết tâm mua một chiếc. Bạn nhắc đến điều này với tôi, nhưng tôi lại vừa đọc câu chuyện về một chiếc Kia bị đâm vào một chiếc SUV trong một tai nạn. Do đó tôi kể cho bạn nghe câu chuyện sống động của tôi và điều này khiến cho bạn thay đổi ý kiến của mình. Chúng ta vẫn có khuynh hướng mắc sai lầm, nhưng chúng ta lại không có khuynh hướng mắc cùng một loại lỗi lầm, bởi vì kinh nghiệm của chúng ta thì khác nhau. Miễn là chúng ta cho thêm những tương tác xã hội vào trong những thông tin chúng ta thu thập, và miễn là nguồn thông tin của chúng ta đa dạng, chúng ta có thể tránh khỏi được những cặm bẫy tệ hại nhất

Những ưu điểm của việc đánh giá thông tin bởi nhiều người được minh họa một cách rất hay do một bài thuyết trình của nhà phân tích tài chính Paul Johnson đã làm trong nhiều năm nay. Ông ta yêu cầu sinh viên đoán xem ai sẽ đoạt Giải Hàn Lâm cho những mục khác nhau của giải. Ông cho các thông tin vào một bảng thông tin và đưa ra những dự đoán theo nhóm - người được đề cử được chọn bởi nhiều người nhất cho mỗi hạng mục. Và ông ta luôn tìm thấy cùng một kết quả là những dự đoán của nhóm thì luôn tốt hơn những dự đoán của bất cứ cá thể nào. Vào năm 1998 chẳng hạn, nhóm đã đoán đúng mười một người trong số mười hai người thắng cuộc, trong khi một người trung bình chỉ đoán đúng năm người trong số mười hai người thắng cuộc, ngay cả người giỏi nhất cũng chỉ đoán đúng chỉ có chín người thôi.

Nhưng trong khi sự đa dạng về kinh nghiệm cá nhân có thể hạn chế khuynh hướng chọn lựa sai lầm, chúng ta có thể dựa vào sự đa dạng của kinh nghiệm cá thể này ở chừng mực nào? Vì con số sự lựa chọn chúng ta phải đối diện liên tục tăng lên và số lượng thông tin chúng ta cần cũng tăng theo, chúng ta sẽ thấy rằng mình ngày càng dựa dẫm vào nguồn tin từ nguồn khác nhiều hơn là kinh nghiệm bản thân. Hơn thế nữa khi viễn thông mang tính toàn cầu hơn bao giờ hết, mỗi chúng ta, không quan trọng là đang ở đâu rốt cuộc có thể cùng dựa vào cùng một nguồn thông tin bên ngoài. Những nguồn tin quốc gia như CNN hay US ngày nay sẽ cho con người sống trên đất nước đó, và giờ đây là toàn bộ thế giới, cùng một câu chuyện, điều này làm cho việc hiểu biết thiên lệch về bằng chứng của mỗi cá nhân khó mà có thể được chỉnh sửa bởi bạn bè hay hàng xóm. Vì bạn bè hay hàng xóm cũng có thể có chung một sự hiểu biết thiên lệch do cùng dựa vào một nguồn giống nhau. Khi bạn nghe được cùng một câu chuyện bất cứ nơi nào bạn nhìn và bạn nghe, bạn cho rằng câu chuyện đó là có thật. Và càng có nhiều người cho là câu chuyện đó có thật, thì càng có nhiều người muốn lăp lại nó, và như vậy bạn càng có cơ hội nghe lại nó. Đây là cách mà những thông tin sai lệch có thể tạo ra một hiệu quả dây chuyền nhanh chóng dẫn đến một sự đồng nhất sâu rộng nhưng sai lầm.

Làm mốc

Nhạy cảm với những gì có sẵn không phải là điểm yếu duy nhất của chúng ta khi chúng ta phải thực hiện sự lựa chọn được cung cấp thông tin. Làm sao bạn có thể quyết định bạn cần bao nhiên tiền cho một bộ đồ? Một cách là so sánh giá cả của những bộ đồ khác nhau, có nghĩa là dùng một cái khác làm mốc, hay làm chuẩn mực. Trong một cửa hàng trưng bày những bộ quần áo có giá trên 1,500 đô thì một bộ kẻ sọc giá 800 đô có vẻ là một sự lựa chọn tốt. Nhưng trong một cửa hiệu mà tất cả món hàng đều có giá ít hơn 500 đô, bộ đồ giá 800 đô đó dường như là một sự xa xỉ.

Như vậy nó là gì, một món hời hay một sự nuông chiều bản thân? Trừ khi bạn có một ngân sách nhất định, sẽ chẳng có gì là toàn diện cả. Ở loại đánh giá này, bất cứ món đồ đặc biệt nào sẽ luôn là sự rộng lượng của hoàn cảnh sản sinh ra chúng.

Một người bán những vật dụng trong nhà bếp và đồ ăn sành điệu cao cấp theo catalogue chào bán một máy làm bánh mì với giá 279 đô. Sau đó không lâu, trong catalogue bắt đầu có một cái máy cao cấp hơn và cho năng suất cao hơn với giá 429 đô. Họ không thể bán được nhiều máy làm bánh mì đắt tiền, nhưng doanh số của máy rẻ hơn tăng gấp đôi. Với cái máy làm bánh mì đắt tiền đóng vai trò làm mốc, thì chiếc máy giá 279 đô là một món hời.

Làm mốc là lý do các cửa hàng bách hóa luôn luôn có những món hàng giảm giá, để tạo ra cảm giác là khách hàng đang mua những món hàng với giá rất hời. Giá vé gốc trở thành điểm mốc để so sánh với giá vé được bán.

Một ví dụ thích hợp hơn để nói lên tầm quan trọng của những bối cảnh để so sánh, đến từ một nghiên cứu về những người đi siêu thị thực hiện vào những năm 70, ngay sau khi giá của mặt hàng bắt đầu xuất hiện ngay phía dưới những món hàng khác nhau. Khi thông tin về giá của mặt hàng xuất hiện trên những nhãn ở trên kệ, những người mua sắm trung bình tiết kiệm được một phần trăm tổng giá trị hóa đơn mua hàng. Họ có thể làm được như vậy đơn giản bằng cách mua một gói cỡ lớn của bất cứ nhãn hàng được mua. Tuy nhiên, sau khi giá của mặt hàng xuất hiện trên một danh sách so sánh các nhãn hiệu khác nhau, người mua hàng tiết kiệm

được ba phần trăm trên hoá đơn của họ. Họ làm được như vậy là nhờ mua những nhãn hàng rẻ hơn chứ không phải mua những túi hàng cỡ lớn hơn. Để hiểu được sự khác nhau, hãy nghĩ về cách những kệ hàng trong siêu thị được sắp đặt. Những gói hàng khác cỡ của cùng nhãn hiệu thông thường được xếp gần nhau. Trong trường hợp này, những người mua sắm sẽ được thấy những cỡ “nhỏ”, “ lớn” và “cỡ gia đình” của cùng một món hàng kèm với giá của chúng. Điều này làm cho việc so sánh giá cả của cùng một mặt hàng trở nên dễ dàng. Để so sánh giá cả của những nhãn hàng khác nhau đòi hỏi người mua phải đi bộ từ đầu dãy này tới dãy kia. Một danh sách giá của những nhãn hàng khác nhau giúp so sánh giá giữa các nhãn hàng khác nhau dễ hơn. Và khi sự so sánh đó được thực hiện một cách dễ dàng, những người mua cứ theo thế mà làm với thông tin họ có được.

Khi chúng ta thấy lò nướng ngoài trời sử dụng khí ga trên thị trường với giá 8,000 đô, một cái giá 1,200 đô có vẻ là giá hợp lý. Khi chiếc đồng hồ giá 20,000 USD không chạy chính xác hơn chiếc bán với giá 50 USD, việc mua một chiếc giá 2,000 đô là hợp lý. Mặc dù những công ty khó lòng mà bán được cái nào của những

kiểu dáng giá cao nhất, thì họ cũng có thể thu được nhiều lợi nhuận từ việc sản xuất các sản phẩm đó. Bởi vì chúng thúc đẩy người mua mua những loại rẻ hơn (mặc dù vẫn còn rất mắc). Như vậy dường như chúng ta chẳng thể làm gì nhiều để tránh bị ảnh hưởng bởi những lựa chọn làm mốc cho quá trình so sánh của chúng ta.

Đóng khung và kế toán

Và bối cảnh ảnh hưởng tới sự lựa chọn cũng có thể được tạo ra bằng ngôn

ngữ.

Thử tưởng tượng hai trạm xăng nằm đối diện của một ngã tư. Một trạm giảm

giá cho việc trả bằng tiền mặt và có một tấm bảng lớn đề rằng

GIẢM GIÁ NẾU TRẢ BẰNG TIỀN MẶT TIỀN MẶT - 1.45 đô một GALÔNG

THẺ TÍN DỤNG - 1.55 đô một GALÔNG

Trạm kia, muốn phụ thu thuế cho việc sử dụng thẻ tín dụng, có một tấm bảng nhỏ, phía trên cái bơm, đề rằng

Tiền mặt - 1.45 đô một galông Thẻ tín dụng - 1.55 đô một galông

Tấm bảng thì nhỏ, và chẳng gây sự chú ý của ai vì không ai thích phải trả thêm thuế cả.

Ngoài sự khác nhau về cách thức trình bày, cấu trúc về giá giữa hai trạm xăng đó là không hề khác biệt. Giảm giá vì trả tiền mặt thì thật ra cũng tương tự với việc phải chịu phụ thu thuế khi dùng thẻ tín dụng. Tuy vậy những khách hàng đổ xăng lại có những phản ứng rất chủ quan về hai cách thức tiếp cận trên.

Daniel và Amos Tversky gọi cái này là hiệu ứng tạo khung. Cái gì quyết định việc giá được đưa ra đại diện cho giảm giá hay phụ thu thuế? Người tiêu dùng thì không thể phân biệt được sự khác nhau giữa các giá. Thêm vào việc giá cả tiền tệ, người mua Cần phải biết một giá chuẩn hay giá “tham chiếu”. Nếu giá xăng tham chiếu là 1.55 đô, thì những người trả bằng tiền mặt được giảm giá. Nếu giá tham chiếu là 1.45 đô thì những người trả bằng thẻ tín dụng trả phụ thu thuế. Những gì mà người chủ hai trạm xăng đưa ra là sự ước đoán khác nhau về giá xăng tham chiếu.

Hiệu ứng của việc tạo khung này càng trở nên mạnh mẽ hơn khi rủi ro cao

hơn:

Tưởng tượng bạn là một bác sĩ làm việc tại những ngôi làng ở Châu Á, và có sáu trăm người đang mắc những căn bệnh hiểm nghèo. Có hai cách chữa trị. Nếu bạn chọn cách A bạn sẽ cứu chữa được một con số chính xác là hai trăm người. Nếu bạn chọn cách B thì có một phần ba cơ hội là bạn sẽ cứu được sáu trăm người và hai phần ba cơ hội là bạn sẽ không cứu được người nào. Bạn sẽ chọn cách chữa trị nào, A hay B?

Hầu hết những người được hỏi khi phải đối diện với sự lựa chọn này chọn A. Họ thích đảm bảo cứu được một con số chính xác mạng sống, hơn là cái nguy cơ có thể không ai được cứu chữa. Nhưng bây giờ hãy xem xét vấn đề này khác hơn một chút.

Tưởng tượng bạn là một bác sĩ làm việc tại những ngôi làng ở Châu Á, và có sáu trăm người đang mắc những căn bệnh hiểm nghèo. Có hai cách chữa trị. Nếu bạn chọn cách C, thì chính xác là bốn trăm người sẽ chết. Nếu bạn chọn cách D thì một phần ba cơ hội là sẽ không có ai phải chết và hai phần ba cơ hội là mọi người sẽ chết. Bạn sẽ chọn cách nào, C hay D?

Bây giờ thì hầu hết người được hỏi chọn cách D. Họ thà mạo hiểm mạng sống của mọi người hơn là để bốn trăm người phải chết.

Dường như khá phổ biến rằng khi phải quyết định giữa các lựa chọn có liên quan tới một con số mạo hiểm hay không chắc chắn nào đó, chúng ta thường thích có được cái gì nhỏ và chắc, hơn là một cái khác lớn hơn nhưng không chắc chắn. Hầu hết chúng ta sẽ chọn 100 đô mà chắc chắn, còn hơn là phải thẩy đồng xu (năm ăn năm thua) để quyết định là chúng ta sẽ có 200 đô hay không có gì cả. Tuy nhiên khi sự lựa chọn liên quan tới sự tổn thất thì chúng ta sẽ mạo hiểm những tổn thất lớn để tránh những tổn thất nhỏ. Chẳng hạn chúng ta sẽ chọn thẩy đồng xu để quyết định chúng ta có 200 đô hay không có gì, hơn là chắc chắn mất 100 đô.

Nhưng sự thật là cái vòng luẩn quẩn mà những bác sĩ phải chọn lựa trong mỗi trường hợp ở hai tình huống trên là giống nhau.

Nếu có sáu trăm người bị bệnh thì cứu được hai trăm người (lựa chọn A trong tình huống đầu tiên) có nghĩa là sẽ tổn thất bốn trăm người (lựa chọn C trong tình huống hai). Hai phần ba cơ hội là

không cứu được ai (lựa chọn B trong tình huống một) có nghĩa là hai phần ba cơ hội là mọi người sẽ chết (lựa chọn D trong tình huống hai). Tuy nhiên căn cứ vào cách trình bày này mọi người chọn mạo hiểm, căn cứ vào cách trình bày khác mọi người chọn sự chắc chắn. Giống như vấn đề giảm giá hay phụ thu thuế, chính sự đóng khung của những lựa chọn ảnh hưởng đến quan

niệm của chúng ta về nó, do đó có tác dụng lại làm ảnh hưởng những gì chúng ta chọn.

Bây giờ hãy xem xét một cặp câu hỏi khác:

Tưởng tượng rằng bạn vừa quyết định sẽ đi xem hòa nhạc và vé vào cổng là 20 đô. Khi bạn vào phòng hòa nhạc bạn phát hiện mình làm mất tờ 20 đô. Liệu bạn vẫn tiếp tục trả 20 đô để mua vé.

Hầu như 90 phần trăm người được hỏi trả lời là có. Ngược lại,

Tưởng tượng là bạn quyết định đi xem hòa nhạc và đã mua vé giá 20 đô. Khi bạn vô tới phòng hòa nhạc bạn phát hiện rằng bạn đã làm mất vé. Chỗ ngồi không được đánh dấu và không được hoàn tiền lại. Liệu bạn có mua một cái vé khác giá 20 đô không?

Trong trường hợp này, ít hơn 50 phần trăm người được hỏi nói là có. Sự khác nhau giữa hai trường hợp này là gì? Thực ra nhìn tường tận thì chúng giống nhau, cả hai trường hợp đều liên quan tới việc có xem hòa nhạc và mất 40 đô hoặc không xem hòa nhạc và mất 20 đô. Tuy nhiên, rõ ràng bạn không thấy chúng giống nhau, bởi có quá nhiều người được hỏi chọn khác nhau trong hai trường hợp. Kahneman và Tversky cho rằng sự khác nhau giữa hai trường hợp là cách chúng ta đóng khung "những tài khoản tâm lý". Giả định rằng trong cuốn sổ chính về tâm lý của một người có cái gọi là tài khoản "chi phí cho hòa nhạc". Trong trường hợp thứ nhất, chi phí cho hòa nhạc được trả vào tài khoản đó. Và việc đánh mất tờ 20 đô sẽ được trả vào những tài khoản khác, chẳng hạn "linh tinh". Nhưng trong trường hợp thứ hai, chi phí cho hòa nhạc là 40 đô: tiền trả cho chiếc vé bị mất và tiền trả thêm để mua chiếc vé khác, tất cả đều được trả vào cùng một tài khoản.

Những khung khác nhau hay hệ thống kế toán khác nhau được chúng ta sử dụng rất nhiều. Chẳng hạn chi phí đi hòa nhạc buổi tối chỉ là một mục trong tài khoản lớn hơn như tài khoản "gặp gỡ những

người tiềm năng có thể trở thành người yêu", vì bạn muốn ra ngoài gặp gỡ những người có cùng sở thích. Hoặc giả nó sẽ là một phần của tài khoản "văn hóa" trong đó nó chỉ là một mục trong những mục khác, bao gồm đăng ký một chương trình Ti vi công cộng, mua sách và tạp chí cùng những cái tương tự vậy. Nó có thể là một phần của tài khoản "những cách để tận hưởng ngày Thứ Sáu"; trong đó nó sẽ tham gia cùng những mục như tới các bar, xem một trận bóng rổ, hay ở nhà và ngủ gục trước cái ti vi. Vậy thì cái chi phí đi nghe nhạc này sẽ tốn bao nhiêu còn tùy thuộc vào việc những phản ánh hoàn toàn trung thực cho những sự thay đổi, đường cong liên kết tính khách quan với tính chủ quan sẽ là một đường thẳng đi thẳng qua điểm O, hay qua tâm, của đồ thị.

47

Để tìm hiểu xem tại sao lý thuyết triển vọng lại cho chúng ta đường cong thay vì đường thẳng, hãy nhìn hai nửa đồ thị một cách riêng biệt. Phần phía trên bên phải của đồ thị diễn tả những phản hồi đối với những sự kiện tích cực. Vấn đề cần được chú ý ở đây là độ dốc của nó suy giảm khi nó di chuyển xa dần về phía bên phải. Vì vậy, nếu giả dụ có được một cách khách quan 100 đô thì sẽ cho 10 đơn vị vào sự thỏa mãn chủ quan, nhưng có được 200 đô không thể cho 20 đơn vị của sự thỏa mãn. Nó sẽ cho khoảng 18 đơn vị mà thôi. Nếu chiều cao của cái có được tăng lên, thì số lượng của sự thỏa mãn tăng thêm mọi người có trong mỗi đơn vị gia tăng sẽ giảm đi. Hình dạng của đường cong thì tuân theo cái mà những nhà kinh tế học xưa nay gọi là "luật của ứng dụng giảm biên". Nếu người giàu càng trở nên giàu có thì, những đơn vị gia tăng của sự thỏa mãn về sự giàu có sẽ giảm đi.

Hãy nhìn vào đồ thị của lý thuyết triển vọng và hãy suy nghĩ về câu hỏi này: Bạn thích có 100 đô một cách chắc chắn hơn, hay để tôi thẩy đồng tiền và đưa cho bạn 200 đô nếu nó là hình và không đưa cho bạn đồng nào nếu nó là chữ? Hầu hết những người được hỏi đều chọn 100 đô. Hãy xem tại sao. Ở chừng mực nào đó thì 100 đô và năm ăn năm thua của 200 đô là giống nhau. Việc phần thưởng cho sự lựa chọn mạo hiểm sẽ là gấp đôi phần thưởng cho sự chắc chắn, sẽ đền bù cho việc cơ hội mà bạn có cho phần thưởng đó bị chia làm đôi. Nhưng nếu bạn nhìn vào đồ thị thì bạn

thấy rằng tâm lý bạn không hề cảm thấy vui hơn gấp đôi khi bạn có 200 đô thay vì 100 đô. Bạn sẽ cảm thấy vui hơn 1.7 lần. Vì vậy để việc mạo hiểm này đáng

để bạn làm, tôi sẽ phải cho bạn chẳng hạn cỡ 240 đô nếu bạn có được hình. Thế nên, Kahneman và Tversky, chỉ ra rằng con người thông thường tránh mạo hiểm - họ là những người "ghét mạo hiểm" - khi họ phải quyết định những cái họ có thể có được, những kết quả có tiềm năng khả quan.

Bây giờ hãy nhìn vào mặt khác của đồ thị, thể hiện những phản hồi về sự mất mát. Và nó cũng là một đường cong chứ không phải là đường thẳng. Vì vậy giả dụ tôi hỏi bạn câu này: Bạn thích mất chắc 100 đô hay để tôi thảy đồng tiền và bạn sẽ mất 200 đô nếu bạn có được hình và không mất gì cả nếu bạn có được chữ? Trong ví dụ vừa rồi, tăng gấp đôi số tiền bù cho việc giảm một nửa cơ hội. Nếu bạn không thích sự mạo hiểm trong ví dụ thứ nhất, có thể bạn sẽ không thích trong ví dụ thứ hai. Điều này cho thấy rằng bạn sẽ chọn cách mất chắc 100 đô. Nhưng hình như khống phải vậy và đồ thị sẽ cho bạn biết tại sao. Để thấy đường cong lúc đầu rất dốc sau đó đỡ dần. Cái này phản ánh cái có thể gọi là "luật không ứng dụng giảm biên của mất mát". Mất 100 đô đầu tiên làm người ta đau khổ hơn mất 100 đô tiếp theo. Vì vậy mặc dầu mất 200 đô nhìn một cách khách quan tệ hơn mất 100 đô gấp đôi, nhưng nó không làm cho người ta thấy tệ gấp đôi, nói một cách chủ quan. Điều này có nghĩa là mạo hiểm để có thể không mất gì có vẻ là một điều tốt. Vì vậy Kahnemen và Tversky chỉ ra rằng con người thích mạo hiểm - họ là người "tìm kiếm sự mạo hiểm - trong phạm vi của những mất mát tiềm năng.

Có một điểm khác của đồ thị đáng chú ý: phần mất mát của đồ thị thì dốc hơn rất nhiều so với phần có được. Mất 100 đô cho ta cái cảm giác rất bi quan nhiều hơn so với cảm giác của sự thăng hoa có được bằng cách có được gì đó. Một số nghiên cứu tâm lý cho thấy thường mất mát sẽ có ảnh hưởng tâm lý gấp đôi so với có được cái gì đó tương đương. Vấn đề ở đây là tất cả những gì chúng ta phải làm là loại bỏ cái mà Kahneman và Tversky đã nhắc đến sự *ghét mất mát*.

Vấn đề cuối cùng và quan trọng của đồ thị là điểm trung lập. Đây là đường phân chia giữa những cái gọi là có được và những cái gọi là mất mát, và đây cũng là những luật lệ về tính chủ quan. Khi có sự khác nhau về giá giữa việc trả bằng thẻ và trả bằng tiền mặt tại hai trạm xăng, sự khác nhau đó có phải là việc giảm giá nếu trả bằng tiền mặt hoặc việc phụ thu thuế nếu trả bằng thẻ? Nếu bạn nghĩ đó là việc phụ thu thuế thì bạn đã cho cái điểm trung lập của bạn ở giá tiền mặt và việc sử dụng thẻ tín dụng là một sự mất mát. Vì vậy việc sử dụng chữ nghĩa một cách tinh tế có thể ảnh hưởng đến cái gọi là điểm trung lập và đến việc chúng ta có nghĩ tới được và mất hay không. Và cách sử dụng này ngược lại còn có ảnh hưởng sâu sắc lên quyết định của chúng ta - tác dụng mà chúng ta không hề muốn cố vì theo một nghĩa quan

trọng nào đó thì giảm giá hay thu thêm thuế chỉ là hai cách nói của cùng một sự việc mà thôi..

Tương tự như vậy, chúng ta chú trọng một cách thiên lệch việc sữa chua có 5,% chất béo hay 95% không béo. Mọi người luôn cho rằng sữa chua với 95% không béo thì tốt hơn là sữa chua có 5% chất béo, mà không nhận ra rằng sữa chua với 5% béo là 95% không béo.

Hay giả sử bạn thuộc trong một nhóm người tham gia nghiên cứu lớn và vì thời gian và cống hiến của bạn, người ta tặng cho bạn một cái ly đựng cà fê hay một cây viết dễ thương. Hai loại quà tặng này có cùng giá trị và được phát bất kỳ - nửa số người trong phòng được nhận cái này, còn nửa số khác nhận dược cái kia. Bạn và những người khác có cơ hội được trao đổi quà. Xem xét việc phân phát bất kỳ bạn nghĩ rằng khoảng nửa số người trong phòng sẽ có được cái họ thích và khoảng một nửa khác sẽ bằng lòng đổi. Nhưng thực tế là rất ít người đổi. Hiện tượng này gọi là tác dụng thừa hưởng. Khi một cái gì đó được tặng cho bạn, nó là của bạn. Khi nó trở thành một phần của bạn thừa hưởng thì sau vài phút thôi mà phải cho nó đi là một sự mất mát đối với bạn. Và lý thuyết triển vọng đã cho chúng ta biết rằng sự mất mát thì luôn tệ hơn việc có được, cái ly đựng cà phê hay cây viết mà bạn được “thừa hưởng” có ý nghĩa đối với bạn hơn là đối với những người mà bạn có thể trao đổi

quà. Và vì vậy "mất" (cho đi) cây viết sẽ làm bạn đau buồn hơn việc "có được" (đổi lại) cái ly đựng cà phê sẽ đem lại niềm vui cho bạn.

Tác dụng thừa hưởng này giúp giải thích tại sao những công ty sẵn sàng có đảm bảo hoàn tiền cho những sản phẩm của mình. Một khi người ta đã mua một sản phẩm thì nó có giá trị đối với người sở hữu hơn chỉ đơn giản là tiền, bởi vì cho nó đi sẽ kèm theo sự mất mát. Rất thú vị là hầu hết mọi người đều không hề ý thức tí gì về việc tác dụng thừa hưởng này đang phát huy tác dụng, ngay cả khi nó bóp méo những nhận định của họ. Trong một nghiên cứu, người tham gia được tặng và được yêu cầu ra giá mà họ muốn bán nó khi họ sở hữu nó. Vài phút sau họ thật sự được tặng cái ly và cùng với cơ hội để bán nó. Và khi họ đã sở hữu cái ly thì họ đòi giá cao hơn 30 phần trăm so với giá mà họ nói họ sẽ bán chỉ vài phút trước đó.

Một nghiên cứu so sánh cách mà tác dụng thừa hưởng ảnh hưởng đến quyết định mua xe dưới hai điều kiện. Trong điều kiện thứ nhất, người mua được cho xem một cái xe cùng với rất nhiều lựa chọn, nhiệm vụ của họ là phải loại bỏ những lựa chọn mà họ không muốn. Trong điều kiện thứ hai, họ được đưa một chiếc xe mà không có lựa chọn gì cả, nhiệm vụ của họ là thêm vào những lựa chọn mà họ muốn. Người tham gia nhóm thứ nhất cho ra nhiều lựa chọn hơn nhóm thứ hai. Cái này là

vì khi những lựa chọn được gắn với chiếc xe mà họ xem xét, thì chúng biến thành một phần của sự thừa hưởng và như vậy loại bỏ chúng đi kèm với cảm giác mất mát. Khi những lựa chọn không được kèm theo sẵn, chúng không phải là một phần của sự thừa hưởng và như vậy lựa chọn chúng được xem như là có được thêm. Nhưng vì mất mát thì làm người ta đau khổ hơn so với việc có được làm người ta vui, người nào xem việc nâng cấp giàn âm thanh của chiếc xe đáng giá 400 đô là một phần của sự thừa hưởng phải loại bỏ nó đi (sự mất mát) sẽ cảm thấy đau khổ hơn cái giá 400 đó. Nhưng ngược lại khi việc nâng cấp không phải là một phần của sự thừa hưởng của chiếc xe, họ có thể đưa ra quyết định rằng chọn lựa nó (cái có được) sẽ không tạo ra cảm giác hạnh phúc đáng giá 400 đô. Như vậy tác dụng thừa hưởng có tác dụng ngay trước khi người ta quyết định tất cả các vấn đề cho chiếc xe mới của mình.

Việc ghét mất mát cũng dẫn mọi người đến việc trở thành quá nhạy cảm với cái gọi là “những chi phí chìm”. Tưởng tượng nếu có cái vé đi xem bóng rổ giá 50 đô và chỗ đi xem cách xa một giờ chạy xe. Ngay trước trận đấu có một cơn bão tuyết lớn - Bạn có còn muốn đi hay không? Những nhà kinh tế học sẽ nói cho chúng ta biết cách để đánh giá tình huống trên là đây là việc phải nghĩ cho tương lai chứ không phải là quá khứ. Đồng 50 đô đã được sử dụng. Và nó “chìm” không thể nào lấy lại được Quan trọng là bạn được ở nhà an toàn và ấm áp, xem trận đấu trên TiVi; hay phải lặn lội trong tuyết trên con đường nguy hiểm để được tận mắt xem trận đấu. Đó là tất cả những vấn đề cần xem là quan trọng. Nhưng không phải tất cả đều là quan trọng. Việc ở nhà sẽ là việc mất 50 đô, và mọi người thì ghét mất mát, vì vậy họ cố mà lê thân tới chỗ trận đấu.

Nhà kinh tế học Richard Thaler cung cấp một ví dụ khác của những chi phí chìm mà tôi nghĩ mọi người có thể nhận ra. Bạn mua một đôi giày và phát hiện ra nó thật sự mang không thoải mái. Bạn sẽ làm gì với chúng? Thaler cho một số giải pháp:

Giá giày bạn mua càng mắc bao nhiêu thì bạn càng cố mang chúng nhiều lần bấy nhiêu.

Cuối cùng, bạn không mang nó nữa nhưng không chịu quẳng nó đi. Bạn càng trả nhiều tiền cho chúng bao nhiêu thì chúng càng ở trong ngăn tủ của bạn lâu bấy nhiêu.

Ở một chừng mực nào đó, sau khi đôi giày đã hoàn toàn “khấu hao” về mặt tâm lý, bạn sẽ quẳng chúng đi.

Có ai mà không có những món đồ không được dùng tới (và sẽ chẳng bao giờ được dùng tới) trong tủ đồ hay trên kệ?

Thông tin được thu thập trong một thế giới có quá nhiều sự lựa chọn

Trong chương này chúng ta đã thấy một số sai lầm mà mọi người thường gặp phải khi dự đoán những gì họ muốn, thu thập thông tin về những lựa chọn có thể và đánh giá thông tin đó. Bằng chứng chứng tỏ một cách rõ ràng rằng con người thường dễ mắc sai lầm, ngay cả khi phải chọn trong một số lựa chọn đếm trên đầu ngón tay với sự tập trung cao độ. Việc dễ dàng phạm sai lầm chỉ có thể trở nên tồi tệ hơn khi con số và sự phức tạp của những quyết

định tăng lên, mà nhìn chung đó là những quyết định của cuộc sống hằng ngày. Không có ai có thời gian và nguồn nhận thức đủ để trở nên chuẩn xác và hoàn toàn thấu đáo trong mỗi quyết định của mình, khi đòi hỏi phải có nhiều quyết định và càng nhiều lựa chọn có thể hơn, cái thách thức của việc thực hiện quá trình ra quyết định cho chính xác lại càng trở nên khó khăn hơn bao giờ hết.

Với rất nhiều lựa chọn, những hậu quả của sai lầm trở nên vụn vặt - một giá rẻ phải trả cho sự phong phú về những lựa chọn mở ra cho chúng ta. Nhưng với một số khác, thì hậu quả của sai lầm là khá trầm trọng. Chúng ta có thể đầu tư sai nếu chúng ta không có được thông tin đầy đủ về những hậu quả về thuế, nếu chúng ta đầu tư vào những lựa chọn khác nhau. Chúng ta có thể lựa chọn phương án sức khỏe sai lầm, nếu chúng ta không có thời gian đọc hết tất cả các thông tin về vi phạm được in ra. Chúng ta có thể học nhầm trường, chọn sai khóa học và bắt đầu một con đường sự nghiệp sai lầm, tất cả chỉ vì cách mà những lựa chọn được trình bày cho chúng ta như thế nào. Và càng có nhiều quyết định quan trọng chúng ta sẽ phải đối diện, chúng ta có thể sẽ phải bị ép buộc thực hiện rất nhiều quyết định mà không suy nghĩ kỹ càng. Và trong những trường hợp này thì rủi ro là rất cao.

Ngay cả với những quyết định tương đối không quan trọng, những sai lầm cũng có thể sẽ gây tổn thất. Khi bạn dùng thời gian và công sức để lựa chọn một nhà hàng hay một chỗ đi chơi, hoặc một món đồ mà bạn muốn công sức của mình được đền bù xứng đáng. Và khi những lựa chọn tăng lên, những công sức tiêu tốn cho việc ra quyết định cũng tăng theo, và như vậy sai lầm làm bạn đau khổ nhiều hơn. Vì vậy sự tăng trưởng của những lựa chọn và những cơ hội để chọn lựa có ba tác dụng khổng may và liên kết với nhau.

Nó có nghĩa là quyết định đòi hỏi nhiều công sức hơn Nó có thể dẫn đến nhiều sai phạm hơn

Nó làm cho những hậu quả tâm lý của sai phạm trở nên nghiêm trọng hơn

Cuối cùng sự rất phong phú của lựa chọn bày ra trước chúng ta làm chúng ta từ người lựa chọn thành người chọn. Người lựa chọn là người suy nghĩ rất nhiều về những khả năng trước khi ra quyết định. Người chọn là người sẽ chọn những gì quan trọng cho họ

trong cuộc sống, cái gì quan trọng khi ra một quyết định nào đó, cái gì sẽ là những hậu quả lâu dài hay ngắn hạn của quyết định đó có thể dẫn tới. Một người lựa chọn bao giờ cũng ra quyết định theo cách phản ánh sự thấu hiểu về ý nghĩa của những lựa chọn đối với chính con người họ. Cuối cùng người lựa chọn đủ thấu đáo để kết luận rằng, có lẽ không có lựa chọn nào là phù hợp, và rằng nếu họ muốn có sự lựa chọn khác đúng đắn hơn, họ có thể sẽ phải sáng tạo ra nó.

Người chọn không làm những việc này. Với một thế giới của sự lựa chọn ào đến như một đoạn phim ca nhạc, tất cả những gì người chọn có thể nắm được là cái này hoặc cái kia và mong rằng nó sẽ là cái tốt nhất. Và hiển nhiên điều này chả quan trọng gì nếu sự lựa chọn là một loại ngũ cốc dành cho bữa sáng. Nhưng những quyết định không phải lúc nào cũng đến với chúng ta cùng một dấu hiệu kèm theo chỉ ra mức độ quan trọng của nó. Không may thay sự bùng nổ của lựa chọn trong cuộc sống đã cướp đi của chúng ta cơ hội để tự quyết định cho chính mình về việc những lựa chọn được đưa ra là quan trọng như thế nào.

Trong chương sau chúng ta sẽ tìm hiểu kỹ hơn về vệc làm sao để dưa ra quyết định và về những cái giá phải trả cho những quyết định đó.

CHƯƠNG 4.
KHI CHỈ CÓ CÁI TỐI ƯU LÀ ĐÁNG KỂ

Sự lựa chọn khôn ngoan bắt đầu bằng việc xây dựng một sự nhận thức rõ ràng về những mục tiêu của bạn, và lựa chọn đầu tiên bạn phải quyết định là giữa mục tiêu chọn được cái tốt nhất hay mục đích tìm ra cái chỉ cần tốt vừa đủ là được.

Nếu bạn tìm kiếm và chỉ chọn những kết quả tối ưu, bạn là *một người tiêu thụ cầu toàn* (maximizer - bản gốc) gọi tắt là người cầu toàn. Hãy tưởng tượng bạn đi mua áo len. Sau khoảng 1 tiếng đồng hồ dạo qua nhiều cửa hàng bạn đã tìm được cái mình thích: màu sắc rất đẹp, rất vừa vặn với bạn và len thì rất mềm mại. Chiếc áo cổ giá 89 USD và bạn đã chuẩn bị mang ra tính tiền thì bỗng nghĩ tới một cửa hàng ở cuối phố nổi tiếng bán rẻ. Thế là bạn lại mang cái áo trở lại quầy hàng, nhưng giấu nó dưới những cái áo khác (để không ai thấy cửa hàng kia. *Maximizer* cần được trấn an rằng mọi quyết định họ đưa ra, mọi món hàng họ mua phải là cái tốt nhất có thể. Nhưng làm sao một người có thể thật sự biết rằng lựa chọn nào là khả năng tốt nhất? Cách duy nhất là xem xét tất cả những khả năng: *một người cầu toàn* không thể chắc chắn rằng mình đã tìm được cái áo len tốt nhất, trừ khi đã thử hết mọi cái áo khác, hay đã mua với giá hời nhất trừ khi đã dọ giá khắp nơi. Khuynh hướng này tạo ra một nhiệm vụ vô cùng khó khăn và nó càng gây nản chí hơn khi số lượng các lựa chọn tăng lên.

Trái ngược với cầu toàn là trở thành một *người tri túc* (satisficer - bản gốc). *Tri túc* nghĩa là hài lòng với những gì bạn cảm thấy tốt và không lo lắng gì về khả năng có những thứ tốt hơn ở ngoài kia. *Người tri túc* có những tiêu chí và tiêu chuẩn riêng để lựa chọn; họ sẽ tìm kiếm cho đến khi tìm được một mặt hàng thỏa mãn những tiêu chuẩn của mình và dừng lại. Ngay khi kiếm được một cái áo len đáp ứng mọi yêu cầu về kích cỡ, chất lượng và giá cả trong cửa hàng đầu tiên, một *người tri túc* sẽ lập tức mua nó và hết chuyện. Anh ta hay cô ta không để tâm tới những cái áo tốt hơn hay rẻ hơn đang nằm đâu đó.

Dĩ nhiên không phải ai cũng là *người cầu toàn* tuyệt đối. Nếu thật sự bạn sẽ kiểm tra hết mọi cái áo len trong mọi cửa hàng thì việc tìm được một cái áo như ý sẽ mất cả đời người. Điểm mấu chốt là *người cầu toàn* khao khát đạt được mục tiêu đó. Vì thế họ bỏ rất nhiều thời gian và công sức tìm kiếm, đọc nhãn hiệu, tham khảo các tạp chí tiêu dùng và thử các sản phẩm mới. Tồi tệ hơn sau khi đã chọn một thứ nào đó, họ lại bị làm tình làm tội vì những khả năng mà họ không đủ thời gian để kiểm tra. Cuối cùng là họ không thể nào đạt được sự hài lòng với quyết định của mình như những *người tri túc,* và họ sẽ không thể hiểu tại sao mình lại không vừa ý

mỗi khi buộc phải ngưng cuộc tìm kiếm và đưa ra quyết định. *Người cầu toàn* xem tri túc là dễ dàng hài lòng với những gì trung bình và tầm thường nhưng sự thật không phải như vậy. Một *người tri túc* cũng khó tính không kém *người cầu toàn,* nhưng điểm khác biệt giữa hai bên là *người tri túc* tìm kiếm sự xuất sắc đơn thuần chứ không bị ám ảnh bởi cái tối ưu.

Tôi tin rằng *sự cầu toàn* (maximizing) chính là một nguồn gốc của sự bất mãn khiến mọi người khổ sở, đặc biệt trong một thế giới có quá nhiều lựa chọn cả to tát lẫn vụn vặt. Khi nhà kinh tế và tâm lý đoạt giải Nobel Herbert Simon giới thiệu khái niệm “tri túc” vào thập niên 50, ông cho rằng khi mọi “chi phí” về thời gian, tiền bạc và công sức được tính đến thì thật sự tri túc chính là cầu toàn. Nói cách khác nếu xem xét hết mọi nhân tố thì điều tốt nhất con người có thể làm là hài lòng với những gì tốt nhất một cách chừng mực. Quan điểm của Simon sẽ là hạt nhân của rất nhiều phương pháp của tôi để chống lại sự thống trị của những lựa chọn tràn ngập.

Phân biệt người cầu toàn và người tri túc

Chúng ta đều biết những người chọn lựa nhanh gọn và quyết đoán cũng như những người mà hầu như mỗi quyết định đều là một việc hệ trọng. Vài năm trước tôi và vài đồng nghiệp đã tiến hành một cuộc khảo sát để chẩn đoán thiên hướng cầu toàn hay tri túc của con người và chúng tôi đề ra 13 câu hỏi để thực hiện. Những người tham gia được yêu cầu quyết định xem mình có đồng ý với những câu hỏi hay không. Càng đồng ý thì họ càng có khuynh hướng cầu toàn. Bạn hãy làm thử nhé. Hãy viết 1 con số từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 7 (hoàn toàn đồng ý) bên cạnh mỗi câu hỏi rồi cộng 13 con số đó lại. Chúng ta có 2 mức thấp nhất là 13 và cao nhất là 91. Nếu số điểm của bạn từ 65 trở lên thì rõ ràng bạn được xếp vào nhóm cầu toàn, còn nếu thấp hơn hoặc bằng 40 thì bạn sẽ thuộc nhóm tri túc. Chúng tôi đã đưa bảng câu hỏi cho vài ngàn người và số điểm cao nhất là 75, thấp nhất 25 và điểm trung bình là 50. Một điều đáng ngạc nhiên là không hề có sự khác biệt về câu trả lời giữa nam và nữ. Bây giờ hãy cùng lướt qua bảng câu hỏi nhé và hãy tưởng tượng một người cầu toàn sẽ nói gì với bản thân khi trả lời.

BẢNG PHÂN ĐỘ CẦU TOÀN

1. Mỗi khi đối mặt với 1 lựa chọn, tôi luôn cố gắng tưởng tượng tất cả các khả năng khác ngay cả những khả năng không hiện diện lúc đó.
2. Dù tôi có hài lòng với công việc hiện tại như thế nào thì tôi vẫn có quyền tìm kiếm những cơ hội tốt hơn.
1. Khi tôi đang ngồi trong xe và nghe đài, tôi thường chỉnh những kênh khác để xem có gì hay hơn không, ngay cả khi đã tương đối vừa lòng với những gì đang nghe.
2. Khi xem TV tôi chuyển kênh liên tục dù đang thật sự theo dõi một chương trình nào đó.
3. Với tôi các mối quan hệ cũng như trang phục vậy: tôi muốn thử càng nhiều càng tốt trước khi tìm được cái tốt nhất.
4. Tôi thường gặp khó khăn khi đi mua quà tặng.
5. Tôi thường gặp khó khăn khi thuê băng video vì rất khó để chọn được phim hay nhất.
6. Khi mua sắm tôi phải đắn đo rất lâu để tìm được thứ thật sự thích.
7. Tôi thường xuyên theo dõi các bảng xếp hạng (phim ảnh, ca nhạc, thể thao hay sách báo v.v)
8. Tôi hay gặp khó khăn khi phải viết thứ gì đó dù là một bức thư ngắn, vì rất khó chọn từ đúng để diễn tả ý mình, vì vậy tôi thường xuyên viết nháp trước.
9. Dù làm bất cứ thứ gì tôi luôn đặt ra những tiêu chuẩn cao nhất cho bản thân. 12.Tôi không bao giờ bằng lòng với vị trí thứ nhì.

13.Tôi thường mơ tưởng về một cuộc sống hoàn toàn khác với cuộc sống hiện tại.

(Với sự giúp đỡ của Liên đoàn Tâm lý học Hoa Kỳ)

Chú giải:

Câu 1: Người cầu toàn sẽ đồng ý. Làm sao bạn chắc chắn mình đã có cái tối ưu trừ khi xem xét tất cả những lựa chọn khác? Còn những cái áo len ở những tiệm khác thì sao?

Câu 2: Một công việc "tốt" có lẽ không phải là công việc "tốt nhất". Một người cầu toàn luôn cho rằng còn những thứ tốt hơn và hành động để tìm kiếm chúng.

Câu 3: Vâng, một người cầu toàn thích bài hát đó, nhưng ý tưởng luôn thường trực là phải tìm ra bài hay nhất chứ không gắn chặt với một bài chỉ hay vừa vừa.

Câu 4: Một lần nữa người cầu toàn không tìm kiếm 1 chương trình hay mà phải là show hay nhất. Với vô số những kênh đang phát sóng có thể có một chương trình nào đó hay hơn cái đang xem.

Câu 5: Với một người cầụ toàn, một người bạn hay người yêu hoàn hảo vẫn luôn đang chờ đợi họ ở đâu đó. Dù mối quan hệ hiện tại đang hoàn toàn tốt đẹp ai biết được chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn luôn để tâm tìm kiếm?

Câu 6: Người cầu toàn gặp khó khăn vì họ vẫn luôn nghĩ món quà tuyệt vời nhất vẫn nằm ở đâu đó.

Câu 7: Có tới hàng ngàn khả năng khác nhau tại tiệm video chắc chắn phải có một bộ phim phù hợp với tâm trạng của tôi và những người tôi xem cùng chứ. Tôi sẽ chọn bộ phim hay nhất đang phát hành, nhưng cũng sẽ dạo quanh cửa hàng để tìm ra một bộ phim xưa xuất sắc nào đó.

Câu 8: Cách duy nhất để người cầu toàn có thể "thật sự" yêu thích một món hàng nào đó là họ phải chắc chắn rằng không "tồn tại" một lựa chọn nào khác tốt hơn.

Câu 9: Những người luôn để tâm tìm kiếm cái tốt nhất sẽ rất quan tâm tới các bảng xếp hạng hơn những người biết tự bằng lòng (bạn có thể tìm được ví dụ rất thú vị cho khuynh hướng này qua tiểu thuyết High Fidelity của tác giả Nick Hornby hoặc bộ phim chuyển thể cùng tên với các ngôi sao như John Cusack, Catherine Zeta-Jones và Tim Robbins).

Câu 10: Người cầu toàn có thể biến thành những biên tập viên “hung thần” với bất kỳ tác giả nào đấy.

Câu 11: Người cầu toàn muốn tất cả mọi thứ họ làm phải thật hoàn hảo và điều này có thể dẫn tới sự tự phê phán không lành mạnh.

Câu 12: Ở đây sự tự biên tập và tự phê bình sẽ dẫn tới sự trì trệ và không thể nào tiến bộ được.

Câu 13: Người cầu toàn mất nhiều thời gian hơn người tri túc để thả hồn về những con đường chưa đi qua hoặc đã không đi qua. Rất nhiều tác phẩm về tâm lý đã cảnh báo những hậu quả của lối suy nghĩ “lẽ ra, đáng lẽ và đã có thể” này.

Trong một nghiên cứu khác, chúng tôi yêu cầu những người tham gia trả lời các câu hỏi sẽ tiết lộ những khuynh hướng cầu toàn của họ trong hành động, và không có gì đáng ngạc nhiên khi chúng tôi khám phá rằng:

1. Những người cầu toàn so sánh các sản phẩm nhiều hơn so với nguồn tri túc cả trước và sau khi họ đã đưa ra quyết định mua hàng rồi.
2. Người cầu toàn mất nhiều thời gian hơn để đắn đo khi mua hàng.
3. Người cầu toàn thường hay so sánh lựa chọn của mình với người khác.
1. Người cầu toàn thường hay hối tiếc sau khi mua sắm hơn người tri túc.
2. Người cầu toàn mất nhiều thời gian nghĩ về những lựa chọn giả định khác về món hàng họ đã mua.
3. Người cầu toàn ít khi cảm thấy tích cực về những lựa chọn mua sắm của mình.

Và khi những câu hỏi này được mở rộng ra những kinh nghiệm khác thì kết quả thu được càng hấp dẫn và thuyết phục hơn;

1. Người cầu toàn rất ít khi trân trọng những sự kiện tích cực, trong khi lại thích nghi rất kém với với những điều tiêu cực (theo đánh giá của chính họ).
2. Mỗi khi có điều gì không hay xảy ra, phải rất lâu sau người cầu toàn mới có thể hồi phục được sự nhận thức về sống tốt và những gì tốt đẹp.

3. Người cầu toàn thường nghiền ngẫm về nhiều sự việc hơn những người tri túc.

Cái giá của sự cầu toàn (tiêu thụ):

Những vấn đề nảy sinh từ việc để bị "cuốn trôi" bởi vòng xoáy của những lựa chọn càng thêm nghiêm trọng với những người cầu toàn hơn người tri túc. Nếu bạn là một người tri túc, số lượng những lựa chọn hiện diện sẽ không thể ảnh hưởng tới việc đưa ra quyết định của bạn; một khi bạn đã tìm ra thứ đáp ứng được những tiêu chuẩn của mình thì những lựa chọn khác trở nên không thích hợp và dư thừa. Ngược lại nếu bạn là người cầu toàn, mỗi lựa chọn đều có thể đưa bạn vào những cái bẫy lo lắng, hối tiếc và suy đoán lung tung. Vậy có phải liệu người cầu toàn không thể sống vui vẻ như người tri túc không? Chúng tôi cũng đã kiểm tra câu hỏi này với những người tham gia trả lời bảng phân độ cầu toàn ở trên, bằng cách cho họ tiếp tục trả lời những câu trắc nghiệm có tác dụng chỉ ra thế nào là một cuộc sống tốt đẹp và vui vẻ. Có những câu hỏi yêu cầu người trả lời tự đánh giá mình theo thang từ "không hạnh phúc lắm" đến "rất hạnh phúc", cũng như có những câu xếp loại mức độ lạc quan như xem người trả lời có ý kiến gì về câu "mỗi khi có gì lạ xảy ra tôi luôn nghĩ về điều tốt nhất". Một bản trắc nghiệm khác tìm hiểu về độ hài lòng với cuộc sống và bản cuối cùng sẽ đo mức phiền muộn của con người hỏi về họ từng cảm thấy buồn ghê gớm như thế nào, họ thỏa mãn thế nào với nhiều hoạt động khác nhau, họ cảm thây thế nào về người khác hay họ nghĩ gì về vẻ ngoài của mình cùng nhiều thứ khác. Qua đợt kiểm tra này những ước đoán của chúng tôi hoàn toàn được khẳng định: những người có độ cầu toàn càng cao càng ít đạt được sự hài lòng trong cuộc sống, ít hạnh phúc hơn, bi quan hơn và dĩ nhiên là nhiều phiền muộn hơn những người biết bằng lòng hơn. Những người có độ cầu toàn cao chót vót cỡ 65 điểm tới 91 điểm có kết quả về sự buồn rầu gần sát mức trầm cảm và phiền muộn bệnh lý.

Tuy nhiên, tôi cần phải nhấn mạnh một yếu tố quan trọng: những nghiên cứu trên cho thấy trở thành một người cầu toàn có liên quan tới việc không hạnh phúc, chứ chúng không phải là nguồn cơn của những nỗi buồn trong cuộc sống, vì một mối quan hệ tương liên không nhất thiết chỉ là nguyên nhân - kết quả. Tuy vậy tôi vẫn tin là trở thành một người cầu toàn đóng một vai trò lớn trong những sự bất hạnh trong cuộc sống và học được 2 chữ "tri túc" chính là một

bước quan trọng, không chỉ để đối phó với một thế giới đầy lựa chọn, mà còn trong việc tận hưởng cuộc sống một cách dễ chịu nhất.

Cầu toàn và hối tiếc:

So với người tri túc, người cầu toàn dễ bị sự hối tiếc "tấn công" hơn dưới tất cả các dạng và tình trạng này thường được biết đến với tên "nỗi hối hận của người mua - buyer's remorse". Như đã đề cập một người tri túc sẽ không mảy may bận tâm về những thứ tốt hơn, một khi đã tìm được điều hợp với tiêu chuẩn của mình. Nhưng với một người cầu toàn nếu phát hiện ra vẫn còn những lựa chọn khác khá hơn tồn tại thì đó là một "cái gai" rất lớn. "Giá như mình đi thêm một shop nữa", "Giá như mình đọc cẩm nang tiêu dùng kỹ hơn" hay "Giá như mình nghe lời khuyên của anh ấy"; bạn có thể tạo ra vô số cái "giá như" và mỗi lần như vậy sẽ làm giảm đi sự hài lòng bạn có được từ quyết định mình đã chọn. Một cuộc sống như vậy thật khắc nghiệt và ta dễ dàng nhận ra rằng nếu thường xuyên hối hận, thì dần dần sự thỏa mãn do các quyết định đúng mang lại cũng sẽ mất đi. Điều tồi tệ hơn nữa bạn lại cảm thấy hối tiếc thật sự ngay cả khi mới ước đoán trước các quyết định của mình. Bạn tưởng tượng mình sẽ cảm thấy thế nào nếu phát hiện ra vẫn còn những option tốt hơn và bạn sẽ bị kéo vào vũng lầy bất an và đau khổ với mỗi quyết định vẫn chưa thành hình đó. Tôi sẽ bàn kỹ hơn về sự hối tiếc trong chương 7, nhưng bây giờ hãy xem xét một bảng thang độ khác được tạo ra phối hợp cùng bảng phân độ cầu toàn để đánh giá mức hối tiếc của bạn. Lần này cũng hãy trả lời với những con số từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) cho tới 7 (hoàn toàn đồng ý) bên cạnh mỗi câu hỏi. Sau đó lấy 8 trừ đi con số trả lời cho con số ở câu đầu tiên rồi mới cộng các kết quả lại. Điểm càng cao thì bạn càng có nguy cơ hối hận vì những quyết định của mình. Kết quả chúng tôi thu được càng củng cố những giả thuyết, trước khi những người có điểm cao với các câu hỏi về độ cầu toàn cũng có điểm rất cao trong bảng hỏi này.

BẢNG PHÂN ĐỘ HỐI TIẾC

Một khi đã ra quyết định gì thi tôi không hề xem xét lại.

1. Mỗi khi đưa ra một lựa chọn tôi luôn tò mò muốn biết điều gì sẽ xảy ra nếu mình chọn khác đi.
2. Nếu lựa chọn của tôi cho kết quả tốt thì tôi vẫn cảm thấy 1 chút thất bại nếu biết rằng một quyết định khác sẽ cho kết quả còn tốt hơn.

3. Mỗi khi đưa ra quyết định tôi vẫn tìm cách tìm hiểu về kết quả của các lựa chọn khác.
4. Khi suy nghĩ về những gì mình làm trong cuộc sống tôi vẫn thường đánh giá lại về những cơ hội đã qua.

(Với sự giúp đỡ của Liên đoàn Tâm lý học Hoa Kỳ)

Cầu toàn và chất lượng của các quyết định

Như vậy chúng ta thấy rõ rằng những người cầu toàn phải trả giá khá đắt trong niềm vui sống của mình, nhưng liệu hành trình gian khổ tìm kiếm sự hoàn hảo của họ có ít nhất giúp họ đạt được những quyết định đúng đắn không? Vì những người cầu toàn có những tiêu chuẩn cao hơn người tri túc nên sẽ có người nghĩ họ sẽ đạt được những thứ tốt hơn. Một căn hộ “tốt nhất” phải đẹp hơn một căn hộ “tốt”, hay một công việc “hoàn hảo” dứt khoát phải hơn một công việc “tốt vừa đủ”, làm sao khác hơn được?

Câu trả lời khá phức tạp. Người cầu toàn làm tốt hơn người tri túc về mặt khách quan nhưng lại kém hơn rất nhiều từ góc độ chủ quan. Hãy tưởng tượng một người cầu toàn cuối cùng đã tìm được một chiếc áo len “tuyệt vời” sau một cuộc lùng sục căng thẳng - một cái áo mà không ai có được trừ một người tri túc may mắn nhất thế giới. Anh ta cảm thấy thế nào về cái áo? Anh ta có thất vọng vì đã tốn quá nhiều thời gian và công sức cho nó không? Anh ta cố tưởng tượng đến những khả năng chưa được kiểm tra vẫn còn rất nhiều không và có tự hỏi liệu bạn bè có mua được những cái khác tốt hơn không? Thậm chí anh ta có săm soi từng người qua đường xem họ có mặc những chiếc áo trông tốt hơn không? Người cầu toàn có thể bị “nhiễm độc” từ bất kỳ hay tất cả những sự nghi ngờ trên, và anh ta sẽ thắc mắc tại sao một người tri túc có thể bước đi với vẻ ấm áp và thoải mái như vậy trong một chiếc áo trông rất “tồi”.

Vậy chúng ta phải tự hỏi những tiêu chí nào để đánh giá chất lượng của một quyết định. Đó là kết quả khách quan hay kinh nghiệm chủ quan? Theo tôi điều quan trọng nhất với mỗi người là chúng ta cảm thấy thế nào về quyết định đã đưa ra. Khi các nhà kinh tế học xây dựng lý thuyết về sự hoạt động của người tiêu dùng trên thị trường, họ kết luận rằng người ta tìm kiếm những gì mình thích hay sự hài lòng. Rõ ràng những gì mình ưa thích hay sự thỏa mãn trong cuộc sống hoàn toàn mang tính chủ quan. Đạt được kết quả khách quan hoàn hảo nhất sẽ không mang nhiều giá trị nếu chúng ta vẫn cảm thấy thất vọng với nó. Cũng có người cho rằng sự hài lòng chủ quan này chỉ ý nghĩa với những việc nhỏ, còn với những vấn đề hệ trọng trong cuộc sống như giáo dục chẳng hạn, chẳng phải kết quả khách quan sẽ có vai trò quyết định hơn sao? Tôi không nghĩ

vậy; với tư cách một giáo sư, tôi đã tiếp xúc với sinh viên đại học trong rất nhiều năm và theo kinh nghiệm của bản thân tôi nhận thấy những em cho rằng mình đã ở nơi thích hợp nhất luôn đạt kết quả cao hơn. Nhận thức được mình đã tìm ra những gì vừa ý giúp sinh viên tự tin hơn và cởi mở hơn với các cơ hội. Đúng là kết quả khách quan cũng rất quan trọng, nhưng chính kinh nghiệm chủ quan có vai trò khá lớn quyết định chất lượng và giá trị của kết quả đó.

Dĩ nhiên tôi không có ý rằng những sinh viên hài lòng với những ngôi trường kém chất lượng sẽ có một sự giáo dục tốt, hay các bệnh nhân yên phận với một bác sĩ bất tài sẽ khỏe ra; hãy nhớ lại rằng tôi đã nói những người tri túc vẫn có tiêu chuẩn của họ. Điều khác biệt là họ cho phép bản thân hài lòng khi các trải nghiệm đáp ứng được những tiêu chuẩn này.

Có thể sẽ có người dựa vào lý thuyết của Herbert Simon để cho rằng tôi đã không thể phác họa những người cầu toàn tiêu thụ thật sự. Một người cầu toàn tiêu thụ đúng nghĩa sẽ biết tính đến những gì phải bỏ ra trong việc tập họp và đánh giá thông tin. Họ sẽ quyết định lượng thông tin cần thiết để đưa ra một quyết định đúng và sẽ tìm ra khi nào việc tìm kiếm tiến tới một điểm sẽ làm giảm giá trị của kết quả. Khi đó họ sẽ dừng lại và chọn cái tốt nhất. Tuy nhiên, cầu toàn không phải là một thước đo của hiệu quả mà đó là một trạng thái tinh thần. Nếu mục tiêu của bạn là tìm được cái tối ưu thì bạn sẽ không thể thoải mái khi buộc phải thỏa hiệp với những khó khăn do thực tại mang lại, và sẽ không thể có được sự hài lòng như những người tri túc. Trong mọi lĩnh vực của cuộc sống, bạn buộc phải "trân mình" trước khả năng rằng nếu tiếp tục tìm kiếm bạn sẽ tìm được gì đó tốt hơn.

Cầu toàn tiêu thụ (*maximizing*) và cầu toàn thật sự (*perfectionism*)

Khi ra khỏi lĩnh vực tiêu thụ và bước vào khu vực của kết quả công việc thì bắt buộc ta phải phân biệt giữa người cầu toàn tiêu thụ (maximizer) và người cầu toàn thật sự (perfectionist). Chúng tôi cũng đã cho những người đã trả lời bảng phân độ maximization tiếp tục tham gia một bảng hỏi khác để đánh giá mức perfectionism và đã tìm ra rằng tuy 2 kết quả có liên hệ với nhau, nhưng 2 khái niệm không hoàn toàn đồng nhất và thay thế cho nhau được.

Một perfectionist không vừa lòng với việc thực hiện công việc "tốt vừa phải" nếu có thể làm hay hơn. Một nhạc công luyện tập miệt mài dù cô đã được tất cả khán giả tung hô; một sinh viên đầu lớp sửa đi sửa lại bài tập dù nó đã đáng được tới … 11 điểm hay Tiger Woods vẫn chăm chút từng gậy một dù anh đã đạt được những thành quả không phải ai cũng dám mơ tới. Rõ ràng việc trở thành một perfectionist có những lợi ích to lớn về mặt thành tựu. Như vậy có một dị biệt quan trọng giữa một perfectionist và một maximizer. Trong khi cả hai đều có những tiêu chuẩn cực cao nhưng perfectionist có thể không mong muốn đáp ứng hoàn toàn những tiêu chuẩn của mình, còn maximizer thì buộc bản thân phải đáp ứng chúng. Điều này có thể giải thích tại sao perfectionist không sầu thảm, hối tiếc hay cảm thấy bất hanh; có thể họ cũng không vui vẻ lắm với kết quả công việc của mình nhưng họ vẫn hài lòng hơn maximizer với những gì đã làm.

Khi nào chúng ta trở nên cầu toàn?

Tôi hoàn toàn không phải là người cầu toàn (tiêu thụ), kết quả của tôi trong bảng đánh giá dưới 20 điểm; tôi rất nghét shopping và luôn trung thành với những nhãn hiệu và loại hàng từng sử dụng. Trong công việc tôi vẫn đặt ra những tiêu chuẩn khá cao nhưng không bao giờ tìm kiếm sự hoàn hảo. Có lẽ nếu tôi bỏ thêm thời gian và công sức để tìm kiếm những lựa chọn tốt hơn, tôi sẽ có nhiều tiền hơn hay trở thành một giảng viên giỏi hơn, nhưng tôi biết chấp nhận những "tổn thất" như vậy.

Tuy nhiên, cũng như tất cả mọi người vẫn có những lĩnh vực tôi có khuynh hướng trở nên cầu toàn. Mỗi khi bước vào một cửa hàng thức ăn nhanh sang trọng hay tham dự một buổi buffet chuẩn bị cầu kỳ, tôi nhìn những món ăn ngon tuyệt và muốn ăn tất cả. Tôi tưởng tượng hương vị của tất cả các món và muốn nếm thử. Thế là tôi không biết phải quyết định thế nào và tôi đã trở thành một người cầu toàn và phải đối mặt với những rắc rối đã được nhắc tới trong chương này. Tôi chọn một món nhưng lại thấy hối tiếc và nhìn những thứ được mang tới bên bàn khác một cách thèm thuồng và dĩ nhiên không còn cảm thấy ngon miệng nữa rồi.

Có thể bạn không quan tâm đến ẩm thực như tôi nhưng bạn bỏ hàng tháng trời để tìm ra bộ âm thanh ưa thích. Bạn có thể không để

ý thời trang nhưng lại dành cả trái tim và tâm trí cho chiếc xe hoàn hảo nhất có thể. Sự thật là khuynh hướng cũng như tự bằng lòng của chúng ta thường xuyên tập trung vào một lĩnh vực riêng biệt nào đó. Không ai là người cầu toàn trong tất cả các quyết định và ai cũng phải có vài “khu vực nhạy cảm” của riêng mình. Có lẽ điểm khác nhau cơ bản giữa cầu toàn và trí túc là mức độ và số lượng các quyết định một cá nhân phải đưa ra.

Đây quả là tin tốt vì nó có nghĩa là mỗi chúng ta đề có khả năng trở thành một người tri túc. Nhiệm vụ còn lại cho những người cảm thấy kiệt sức vì phải lựa chọn, là phải thường xuyên áp dụng những chiến thuật giúp ta tự hài lòng và từ bỏ kỳ vọng rằng mình có thể đạt được cái tối ưu.

Cầu toàn và vấn đề với lựa chọn:

Đối với người cầu toàn, "quả núi" những chọn lựa được xem xét trong 2 chương đầu sách là một cơn ác mộng thật sự, nhưng lại không phải là gánh nặng với người biết thế nào là đủ. Thật ra càng có nhiều lựa chọn thì khả năng một người tri túc tìm được cái mình muốn càng cao và có thể thêm lựa chọn không có nghĩa sẽ có thêm nhiều việc cho người tri túc, vì họ không phải chịu áp lực phải kiểm tra tất cả mọi khả năng trước khi quyết định.

Hai cô con gái của bạn tôi là những ví dụ rất thú vị cho phần này. Khi cô chị bước và tuổi dậy thì, vợ chồng bạn tôi cũng trải qua "cuộc chiến" cha mẹ - con gái lớn thường thấy, nhất là chuyện ăn mặc. Cô bé rất có ý thức về bề ngoài của mình và lại hợp "gu" với những loại quần áo đắt tiền. Dĩ nhiên những gì cô bé cho rằng mình bắt buộc phải có khác hoàn toàn với những gì cha mẹ cô nghĩ. Cuối cùng bạn tôi đã tìm ra một cách. Họ thỏa thuận với con gái về một khoản tiền định kỳ cho những bộ thời trang có giá vừa phải với số lượng hợp lý. Hàng tháng họ cho con muộn khoản nhất định và để cho cô bé tự quyết định sẽ tiêu chúng ra sao. Kết quả thật mỹ mãn, những cuộc tranh cãi về chuyện quần áo chấm dứt và vợ chồng bạn tôi có thể dành nhiều tâm trí hơn để tiếp tục … "tranh đấu" với cô con gái rượu về những vấn đề quan trọng hơn. Sau đó quá hài lòng với chiến thuật này, họ tiếp tục áp dụng với cô con gái nhỏ. Tuy nhiên 2 cô bé lại là 2 người khác nhau. Cô chị là một người tri túc trong khi cô em lại thuộc loại cầu toàn (ít nhất là về chuyện thời trang). Với người chị, cô bé nhận tiền của bố mẹ, mua những gì mình thích một cách cũng khá tùy hứng, nhưng không báo giờ lo lắng về những mẫu thiết kế mình đã bỏ qua. Ngược lại mỗi chuyến shopping giống như "cực hình" với cô con gái nhỏ. Vì nó không biết lựa chọn đó có phải tối ưu với số tiền được cho hay không. Liệu qua hai tháng nó có hối tiếc vì đã mua chiếc váy đó khi đã mode đã thay đổi. Đây là một vấn đề không thể giải quyết với một cô bé 12 tuổi và cho nó một sự tự do như vậy lại không thể nào mang lại hạnh phúc và yêu đời được. Tôi không nghi ngờ rằng cô bé sẽ thấy hối tiếc vì được tự do ra quyết định cho mình, nhưng "sự giải phóng thời trang" của nó lại mang lại nhiều lo lắng hơn là niềm vui.

Tại sao người ta lại cầu toàn?

Việc trở thành người cầu toàn lợi hại thế nào đã rõ vậy chúng ta sẽ tự hỏi tại sao lại có người theo đuổi mục tiêu này cơ chứ? Lời giải thích đầu tiên là rất nhiều người chăm chăm theo đuổi cái tốt nhất không hề nhận ra mình đang làm như vậy. Có thể họ nhận thức được mình thường gặp khó khăn trong công việc đưa ra quyết định, mình sẽ hối hận với những lựa chọn của mình hay họ thường cố tìm chút niềm vui còn sót lại từ quyết định đã đưa ra nhưng tận cùng thì họ không hề ý thức được nguyên nhân cội rễ của vấn đề. Câu trả lời thứ hai là sự quan tâm của chúng ta về địa vị. Kể từ khi con người bắt đầu sống thành quần thể thì chúng ta đã luôn để ý đến địa vị của mình, nhưng trong thời đại ngày nay sự quan tâm này hiện diện dưới một dạng khác. Trong một "thế giới phẳng" thì chỉ có "thứ nhất" mới đạt được thành công trong cuộc đua với người khác. Với của cải ngày càng sinh sôi, chủ nghĩa vật chất đang chiếm lĩnh đời sống cùng với những "chiêu" tiếp thị và PR ngày càng độc đáo và một số lượng lựa chọn khổng lồ đổ vào đời sống, thì mối quan tâm tới vị trí

của mình trong xã hội buộc phải bùng nổ trở thành một cuộc "chạy đua vũ trang" để giành được sự ngưỡng mộ của mọi người và cả bản thân. Và cách duy nhất để trở thành "số 1" là phải có những gì "số 1".

Cũng có một cái nhìn khác nhau về mối quan tâm về địa vị được Fred Hirsch đưa ra 30 năm trước. Ông viết về những hàng hóa vốn khan hiếm do bản chất hay những mặt hàng được đánh giá phần nào dựa trên sự khan hiếm của nó. Những bệnh viện tư dành cho VIP hay miếng đất sát mí đại dương và những căn nhà nằm ngày khu vực "vàng" của thành phố là những hàng hóa như vậy, và chúng luôn là mục tiêu của nhiều người để chứng tỏ đẳng cấp của mình. Hirsch cho rằng xã hội càng giàu có, những nhu cầu cơ bản ngày càng được đáp ứng thì con người càng quan tâm tới những mặt hàng quý hiếm (từ "ăn no mặc ấm" sang "ăn ngon mặc đẹp" rồi tới "ăn bào ngư mặc hang hiệu"). Và nếu bạn đã bước vào cuộc đua với những sản phẩm này thì "tốt vừa đủ" không bao giờ là đủ - chỉ có cái tốt nhất là đáng kể.

Có phải lựa chọn tạo ra sự cầu toàn?

Phần cuối trong chương này sẽ được giành để xét xem có phải chính sự sinh sôi không thể kiểm soát được của các lựa chọn đã biến một người trở thành cầu toàn hay không. Thí nghiệm về việc mua quần jean của tôi trong chương trước hé lộ rằng đó có thể là 1 khả năng. Như tôi đã chỉ ra, trước cuộc shopping “khùng điên” đó tôi không hề để ý nhiều tới quần jean của mình, nhưng rồi lại bị cuốn theo hướng đó và những tiêu chuẩn của tôi về quần jean đã bị thay đổi mãi mãi. Từ đầu chương 4 đến giờ chúng ta cũng nói về sự cầu toàn tiêu thụ và những lựa chọn con người phải đối mặt như thể chúng tồn tại độc lập với nhau, nhưng có khả năng rất lớn là lựa chọn và cầu toàn không hề tách rời nhau. Có thể là quá nhiều lựa chọn sẽ biến một người trở nên cầu toàn. Và nếu đúng vậy sẽ thật nguy hiểm vì sự bùng nổ các chọn lựa không những khiến cuộc sống của người cầu toàn trở nên khổ sở mà nó còn khiến những người tri túc bị biến chất.

Hiện tại việc những lựa chọn biến con người trở thành cầu toàn vẫn hoàn toàn là suy đoán, và nếu đó là sự thật chúng ta phải tìm thấy ít người cầu toàn hơn trong những nền văn hóa ít tôn thờ các lựa chọn hơn như ở Mỹ. Điều này rất quan trọng vì nó có nghĩa là bằng cách giảm bớt những lựa chọn con người phải đối mặt trong cuộc sống, chúng ta có thể sẽ giảm được khuynh hướng cực đại hóa mọi việc lên. Như bạn sẽ thấy trong chương tiếp theo chúng ta có lý do xác đáng để xem xét nghiêm túc suy đoán này. Những cuộc nghiên cứ so sanh những người sống vui sống khỏe tại những nền văn hóa khác nhau, đã cho thấy những khác biệt cơ bản về cơ hội tiêu thụ lại tác động rất ít đến sự hài lòng trong cuộc sống của họ.

PHẦN III.
TẠI SAO CHÚNG TA ĐAU KHỔ

CHƯƠNG 5.
LỰA CHỌN VÀ HẠNH PHÚC

Tự do và tự chủ là những nhân tố quyết định cho một cuộc sống tốt đẹp và quyền được lựa chọn lại có ý nghĩa cực kỳ quan trọng cho sự tự do và tự chủ. Tuy nhiên, dù người Mỹ hiện đại có nhiều lựa chọn hơn bất kỳ nhóm người nào từng có họ lại không đạt được một cuộc sống tốt hơn về mặt tâm lý.

Vậy cuối cùng lựa chọn là gì đối với chúng ta:

Sự lựa chọn một giá trị mang tính công cụ rõ ràng và quyết định: nó cho phép con người thỏa mãn những gì mình cần và muốn trong cuộc sống. Mặc dù rất nhiều nhu cầu của con người mang tính phổ quát (thức ăn, nơi trú ngụ, sức khỏe, giáo dục v.v), phần lớn những gì chúng ta cần để phát triển toàn diện và đầy đủ lại mang đậm dấu ấn cá nhân. Tôi cần phải ăn nhưng không cần ăn spaghetti, tôi cần một nơi ở nhưng không nhất thiết phải là một biệt thự có phòng chiếu phim, hồ Jacuzzi và một garage khổng lồ.

Lựa chọn là những gì giúp mỗi người theo đuổi một cách chính xác những mục tiêu và hoạt động cần thiết để cảm thấy thỏa mãn nhất trong điều kiện tài chính và khả năng của mình. Bạn có thể ăn chay còn tôi ăn mặn, bạn thích nghe nhạc hip- hop nhưng tôi lại thích rock metal hơn. Mỗi khi sự lựa chọn bị hạn chế bằng cách nào đó, luôn có một người bị tước mất cơ hội theo đuổi những gì mang giá trị đối với cá nhân người đó. Hơn 2 thế kỷ trước, Adam Smith đã quan sát được quyền tự do lựa chọn của mỗi cá nhân sẽ bảo đảm sự sản xuất và phân phối hàng hóa hiệu quả nhất cho xã hội. Một thị trường giàu tính cạnh tranh không bị chính quyền cản trở và có những doanh nghiệp luôn xác định được nhu cầu của khách hàng sẽ mang lại lợi ích cho tất cả. Linh hoạt, thận trọng và được giải phóng khỏi luật lệ và kiềm chế, các nhà sản xuất hàng hóa và cung cấp dịch vụ sẽ mang đến cho khách hàng chính xác những gì họ cần.

Cũng quan trọng không kém giá trị công cụ, lựa chọn phản ánh một giá trị khác còn quan trọng hơn. Quyền tự do chọn lựa chứa một thứ được gọi là *giá trị thể hiện*. Lựa chọn là cách chúng ta cho thế giới biết mình là ai và mình quan tâm tới điều gì. Hãy lấy trang phục làm ví dụ, cách ăn mặc của chúng ta luôn hàm chứa một thông điệp về chính con người như “Tôi là một người nghiêm túc” hay “Tôi rất nhạy

cảm” hoặc thậm chí là “Tôi mặc những gì mình muốn và tôi không quan tâm người khác nghĩ gì”. Để thể hiện thành công bản thân bạn cần có những lựa chọn chính xác và đầy đủ. Tất cả những mặt khác của đời sống cũng vậy: thức ăn, nhà cửa, xe cộ, sở thích

v.v – mỗi sự lựa chọn đều có chức năng thể hiện bất kể tầm quan trọng thiết thực của nó ra sao. Thậm chí có những lựa chọn chỉ có giá trị thể hiện mà thôi Bầu cử chính là ví dụ xác đáng nhất. Nhiều cử tri hiểu rằng một lá phiếu hầu như không có một giá trị công cụ nào vì nó không thể tạo ra sự khác biệt lớn lao trong kết quả. Nhưng người ta vẫn lấy đi bầu đấy thôi có lẽ vì ít nhất phần nào cũng cho người khác biết họ là ai. Cử tri thực hiện quyền công dân một cách nghiêm túc, hoàn thành bổn phận của mình và không hề xem nhẹ quyền tự do chính trị. Một minh họa thú vị cho giá trị thể hiện của việc bầu cử là câu chuyện về 2 nhà khoa học chính trị người Mỹ có mặt tại Châu Âu đúng vào ngày bầu cử. Họ đã cùng nhau lái xe mấy tiếng đồng hồ để nhận lá phiếu cho cử tri vắng mặt, dù biết rằng họ ủng hộ hai đối thủ đang cạnh tranh và phiếu của người này có thể đánh bại phiếu của người kia.

Mỗi lựa chọn là một minh chứng cho sự tự chủ của chúng ta. Hầu như mọi triết gia xã hội, đạo đức hay chính trị trong truyền thống Tây phương từ Planton trở đi đều rất xem trọng vai trò của quyền tự chủ. Như vậy mỗi sự mở rộng những sự lựa chọn lại cho con ngời một cơ hội mới để khẳng định sự tự chủ của mình và từ đó thể hiện bản ngã của mình.

Tuy nhiên lựa chọn chỉ thể hiện được giá trị thể hiện của nó với điều kiện chúng ta có thể hoàn toàn tự do đưa ra quyết định của mình. Ví dụ hãy xem lời nguyện hôn phối vẫn thường đọc trong nhà thờ: "… Cho đến khi cái chết chia lìa chúng ta". Nếu bạn không có cách nào thoát khỏi một cuộc hôn nhân thì lời cam kết trên không phải là một tuyên bố về bản thân bạn. Nếu ly hôn là hợp pháp nhưng sự cấm cản của phong tục hay tôn giáo lại quá lớn đến nỗi ai ly hôn đều trở thành người bị ruồng bỏ, thì một lần nữa sự cam kết trong lễ kết hôn của bạn chỉ nói về xã hội bạn đang sống nhiều hơn về chính con người bạn. Ngược lại nếu xã hội thoáng hơn về chuyện ly hôn thì việc tự hào đọc lời thề hôn phối lại là sự phản ánh của chính bạn.

Giá trị của quyền tự chủ được xây dựng trên hệ thống pháp luật và đạo đức của chúng ta. Sự tự chủ cho phép con người tự chịu trách nhiệm pháp lý hay đạo đức về hành động của chính mình. Đó chính là lý do chúng ta thường ca ngợi một cá nhân nào đó vì thành

tự của anh ta, nhưng đồng thời cũng chê trách vì những sai lầm anh ta phạm phải. Người ta sẽ không còn nhận ra sự tồn tại của bạn một khi bạn từ bỏ sự tự chủ của mình.

Nhưng vượt qua cả những ảnh hưởng về chính trị, đạo đức và xã hội của quyền tự chủ giờ đây chúng nhận thức rằng nó còn có một tác động sâu sắc lên sự vui sống về mặt tâm lý của con người. Trong những năm 60, nhà tâm lý học Martin Seligman và các đồng sự đã tiến hành một thí nghiệm lý thú: 3 nhóm động vật được dạy cách nhảy khỏi một cái hộp để tránh bị điện giật. Nhóm thứ nhất không hề được chuẩn bị gì trước khi bước vào thí nghiệm, nhóm thứ hai từng trải qua một thí nghiệm tránh điện giật khác nhưng trong hoàn cảnh khác và cách trốn khác. Seligman đã dự đoán và khám phá rằng nhóm thứ hai học cách nhảy tránh nhanh hơn nhóm đầu và ông suy luận rằng bằng cách nào đó kinh nghiệm thu được từ lần thí nghiệm trước đã được truyền cho lần này. Nhóm thí nghiệm cuối cùng cũng từng bị cho điện giật, nhưng lại không được cung cấp giải pháp để thoát và điều đáng chú ý là thí nghiệm chính nhóm này không hề tìm ra được cách trốn thoát luồng điện. Sự thật là những con thú của nhóm 3 không có cơ hội để tìm ra giải pháp vì chúng không *cố gắng* trốn thoát. Những con vật tội nghiệp trở nên hết sức thụ động nằm yên một chỗ chịu đựng luồng điện cho đến khi các nhà thí nghiệm khi quá tội nghiệp và dừng cuộc thử nghiệm lại. Selegman và các đồng sự rút ra kết luận rằng nhóm thú thứ 3 đã rút ra kinh nghiệm rằng chúng không có cách nào trốn thoát được dòng điện và mọi cố gắng sẽ là vô ích. Cũng như nhóm thứ hai chúng đã sử dụng bài học đã học từ lần trước nhưng đây lại là một *bài học về sự bất lực.* Khám phá của Seligman về sự bất lực được lĩnh hội có một ảnh hưởng mang tính quyết định đến rất nhiều lĩnh vực khác nhau trong tâm lý học. Hàng trăm nghiên cứu đã chứng minh chúng ta có thể “học” được rằng mình không có quyền kiểm soát gì cả và hoàn toàn bất lực và hậu quả của bài học này cực kỳ kinh khủng. Sự bất lực “học” được này sẽ giết chết động lực của con người và ảnh hưởng tới khả năng phát hiện rằng mình vẫn có thể kiểm soát trong những tình huống mới. Thậm chí nó có thể đè nén hệ miễn dịch của cơ thể và làm cho chúng ta trở thành “mồi ngon” cho đủ thứ bệnh tật. Dưới những điều kiện thích hợp bài học bất lực còn có thể gây ra chứng trầm cảm rất nghiêm trọng. Vậy có thể nói không ngoa

rằng nhận thức cơ bản nhất về một cuộc sống tốt của con người phụ thuộc gần như hoàn toàn vào khả năng kiểm soát bản thân và môi trường xung quanh cũng như vào việc nhận thức rằng chúng ta có khả năng đó.

Bây giờ hãy suy nghĩ về mối quan hệ giữa sự bất lực và lựa chọn. Nếu trong một tình huống cụ thế nào đó chúng ta có quyền lựa chọn nhiều khả năng khác nhau, thì chúng ta sẽ có thể kiểm soát được tình huống đó và bảo vệ bản thân khỏi sự bất lực. Vậy ngoài giá trị công cụ và giá trị thể hiện, lựa chọn còn cho phép con người *tham dự* và thế giới một cách chủ động và hiệu quả với rất nhiều lợi ích về tâm lý.

Thoạt nhìn thì có vẻ như việc mở rộng các cơ hội lựa chọn nên được tiến hành bất cứ khi nào có thể và vì xã hội Mỹ đã thực hiện điều đó rồi nên hầu như sẽ không còn tình trạng cảm thấy bất lực nữa. Tuy nhiên trong 2 năm 1966 và 1986, nhà khảo sát Louis Harris đã hỏi những người được thăm dò rằng họ có đồng ý với những ý kiến đại loại như “Tôi cảm thấy bị đặt ra ngoài lề” hay “Tôi nghĩ gì không còn quan trọng nữa”. Năm 1966 chỉ có 9% người được hỏi cảm thấy bị gạt ra ngoài lề trong khi con số này vào năm 1986 là 37%. Tương tự có 36% đồng ý rằng ý kiến của họ không còn giá trị gì và tới 60% trả lời “Đúng vậy”. Có 2 cách giải thích cho nghịch lý này. Thứ nhất khi sự lựa chọn và kiểm soát ngày càng phát triển cả bề sâu lẫn bề rộng, kỳ vọng về các lựa chọn và sự kiểm soát cũng sẽ tăng theo. Khát khao và hy vọng về sự kiểm soát nhanh chóng vượt lên khả năng thật sự dù nó có được giải phóng bao nhiêu đi nữa. Câu trả lời thứ 2 khá đơn giản: nhiều lựa chọn không đồng nghĩa với việc quyền kiểm soát sẽ tăng theo. Thậm chí có quá nhiều cơ hội đến nỗi chúng ta bị “choáng” và thay vì cảm thấy làm chủ được tình thế chúng ta lại không biết phải xử lý thế nào. Có được cơ hội chọn lựa không hẳn là một điều tốt lành nếu chúng ta không có đủ tiền đề và điều kiện cần thiết để có một lựa chọn khôn ngoan. Bạn còn nhớ thí nghiệm về câu hỏi liệu bạn có muốn tự chọn cách chữa trị khi phát hiện bị ung thư vú không? Đa số đều trả lời có nhưng khi câu hỏi này được áp dụng với những bệnh nhân ung thư thật sự thì một số lượng lớn bất ngờ đều lắc đầu. Những gì có vẻ hấp dẫn khi dự tính và tiên đoán không phải lúc

nào cũng tốt đẹp trong thực tại. Khi đưa ra một quyết định liên quan đến chuyện sinh tử, việc phải lựa chọn trở thành một gánh nặng không thể chịu đựng được. Để tránh những gánh nặng như vậy chúng ta phải học cách lựa chọn một cách cẩn thận. Tự mỗi cá nhân phải quyết định khi nào là thời điểm thích hợp cho một lựa chọn nào đó và tập trung toàn bộ năng lượng vào lựa chọn đó dù điều này có nghĩa là phải để những khả năng khác trôi qua. Lựa chọn thời điểm để đưa ra chọn lựa có lẽ chính là quyết định quan trọng nhất của chúng ta.

Đánh giá mức độ hạnh phúc

Trong suốt nhiều thập kỉ qua, các nhà nghiên cứu trên thế giới đã cố gắng đưa ra những tiêu chuẩn để đánh giá hạnh phúc, một phần nhằm xác định rõ những nguyên nhân khiến con người cảm thấy hạnh phúc, một phần nhằm xác định rõ những nguyên nhân khiến con người cảm thấy hạnh phúc, một phần nhằm đo lường mức độ phát triển của xã hội. Tiêu biểu, các nghiên cứu về mức độ hạnh phúc của con người sử dụng hình thức bản câu hỏi, và các tiêu chuẩn để đánh giá *"hạnh phúc"*

– hay thường được gọi là *"hạnh phúc cá nhân"* – xuất phát từ những câu trả lời trong bản câu hỏi. Dưới đây là ví dụ cụ thể:

MỨC ĐỘ THỎA MÃN VỚI CUỘC SỐNG

1. Trong hầu hết mọi phương diện, cuộc sống của tôi gần như hoàn toàn lý tưởng.
2. Điều kiện sống của tôi là tuyệt hảo.
3. Tôi hài lòng với cuộc sống của mình.
4. Cho tới bây giờ tôi đã đạt được những thứ quan trọng mà tôi muốn có trong đời.
5. Nếu được sống lại một lần nữa tôi sẽ không mong thay đổi điều gì cả.

(Theo nghiên cứu của tổ chức Lawrence Erlbaum)

Đây là bản đánh giá "Mức độ thỏa mãn với cuộc sống". Những người được hỏi sẽ đưa ra số điểm riêng của mình cho mỗi câu phát biểu ý kiến dựa trên thang điểm từ 1 – 7, và tổng điểm cuối cùng sẽ là tiêu chuẩn, là thước đo hạnh phúc cá nhân.

Trong những năm gần đây, các nhà nghiên cứu đã kết hợp những câu trả lời theo dạng khảo sát này với nhiều phương pháp đánh giá hạnh phúc khác. Những người tham gia nghiên cứu sẽ đi vòng vòng cùng một chiếc máy tính cầm tay, và lâu lâu một lần máy sẽ phát ra tiếng bíp. Đáp lại tín hiệu bíp, họ phải trả lời các câu hỏi hiển thị trên màn hình máy tính. Lợi ích của phương pháp này – còn được gọi là *"phương pháp lấy mẫu thực nghiệm"* – là thay vì dựa vào khảo sát một cách chính xác cảm xúc của họ trong khoảng thời gian nhiều tháng, họ sẽ phải nêu ra cảm xúc của mình ngay chính tại thời điểm được hỏi. Các câu trả lời này sẽ được tổng hợp lại

trong quá trình nghiên cứu; và quá trình này có thể kéo dài nhiều ngày, nhiều tuần, hoặc thậm chí nhiều tháng. Kết quả thu được từ phương pháp trên cho thấy mối quan hệ khá tương thích giữa các câu trả lời ngay tại thời điểm người tham gia được hỏi và các câu trả lời của họ ở dạng khảo sát như trong khảo sát "Mức độ thỏa mãn với cuộc sống". Vì vậy, chúng ta có cơ sở để tin rằng những nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát thực sự cho ta câu trả lời: con người hạnh phúc như thế nào trong cuộc sống.

Và các cuộc khảo sát này cho thấy một điều ai cũng biết , đó là người giàu cảm thấy hạnh phúc hơn người nghèo. Rõ ràng: tiền rất quan trọng. Tuy nhiên những nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng đồng tiền không thực sự có năng lực quyết định mọi thứ như bạn nghĩ. Khi mức thu nhập tính theo đầu người của xã hội vượt ngưỡng đói nghèo và đảm bảo được cuộc sống, thì dù tài sản quốc gia đó có tăng theo bao nhiêu cũng hầu như khó có thể tác động đến hạnh phúc con người. Ví dụ, nếu bạn muốn biết có bao nhiêu người hạnh phúc ở một nước đang phát triển như Ba Lan cũng như tại quốc gia giàu có Nhật Bản, bạn sẽ ngạc nhiên khi nhận ra số lượng của hai nước là như nhau, mặc dù thu nhập bình quân của một người Nhật hơn người Ba Lan đến những 10 lần. Và người Ba Lan cảm thấy hạnh phúc hơn người Hungary (và người Iceland lại hạnh phúc nhiều hơn người Mỹ) tuy mức sống của hai nước được đem ra so sánh là như nhau.

Nếu thay cho việc đánh giá mức độ hạnh phúc giữa các nước trong một thời điểm nhất định bằng việc đi sâu vào nghiên cứu cảm xúc của mỗi người dân trong cùng một quốc gia vào nhiều thời điểm khác nhau, thi chúng ta sẽ thấy được kết quả tương tự. Thu nhập tính theo đầu người ở Mỹ (đã được điều chỉnh bởi lạm phát) đã tăng hơn gấp đôi trong vòng 40 năm qua. Số hộ gia đình có máy rửa chén tăng từ 9

– 50%. Số hộ gia đình có máy sấy quần áo là 20 – 70%. Số hộ gia đình có máy điều hòa nhiệt độ từ 15 – 73%. Phải chăng khi đã có đầy đủ mọi tiện nghi vật chất chúng ta sẽ cảm thấy hạnh phúc hơn? Câu trả lời là không. Thậm chí, trong hơn 40 năm qua thu nhập đầu người đã tăng lên nhanh chóng bởi năm nhân tối, đặc biệt

là ở Nhật; vậy mà mức độ hạnh phúc của con người vẫn không đạt được sự gia tăng đáng kể nào.

Nhưng nếu tiền không đem lại hạnh phúc cho con người, thì điều gì sẽ làm được? Dường như các mối quan hệ xã hội thân thiết mới chính là nhân tố quan trọng nhất mang đến hạnh phúc. Những ai đã kết hôn, có bạn bè tốt và gần gũi với gia đình sẽ thấy hạnh phúc hơn người khác, và những tín đồ của một tôn giáo nhất định cũng hạnh phúc lạc quan hơn những người ngoại đạo. Có vẻ như mối liên kết giữa con người có ý nghĩa quyết định đến hạnh phúc của chính họ chứ không phải là sự giàu sang. Đã đến lúc gióng lên hồi chuông cảnh báo. Một điều chắc chắn rằng việc thiết lập các mối quan hệ xã hội tác động đến đời sống tình cảm con người. Tuy nhiên, đâu là nguyên nhân, đâu là kết quả vẫn còn cần được làm rõ. Người luôn mang tâm trạng buồn khổ khó thể nào so sánh với hạnh phúc của một người có một gia đình yên ấm, một cuộc hôn nhân bền vững, và nhiều bạn bè. Hạnh phúc được đặt lên hàng đầu, sau nữa mới đến các mối quan hệ thân thiết. Theo ý kiến cá nhân tôi, đây được xem như mối quan hệ nhân quả 2 chiều: người hạnh phúc vui vẻ dễ dàng thiết lập các mối quan hệ xã hội cho mình và chính các mối dây quan hệ đó ảnh hưởng ngược lại đến đời sống tinh thần của họ.

Trong bối cảnh bàn luận về sự lựa chọn và tự chủ, một điều quan trọng đáng lưu ý là hầu hết những mối quan hệ xã hộ ràng buộc sự tự do, quyền lựa chọn và khả năng tự chủ của con người. Hôn nhân, được hiểu như cam kết sống chung tự nguyện giữa hai người là một điển hình tước đi sự tự do lựa chọn cả về mặt tình cảm lẫn nhục cảm. Và tình bạn thân thiết lâu năm cũng đòi hỏi bạn sự gắn kết lâu dài. Tình bạn đòi hỏi sự cam kết về trách nhiệm cũng như bổn phận, do đó nó ảnh hưởng đến tự do của bạn. Các mối quan hệ ruột thịt hoặc niềm tin tôn giáo cũng không phải là điều ngoại lệ. Các giáo hội thường kêu gọi tín đồ sống có trách nhiệm cũng như luôn giữ vững lập trường và niềm tin trong cuộc sống để đạt được hạnh phúc. Vì vậy, có thể nói rằng ngược lại với tất cả những gì chúng ta vẫn nghĩ, hạnh phúc cũng chính là nguồn cơn, là sợi dây vô hình ràng buộc sự tự do chọn lựa của con người. Vậy làm thế nào để hòa hợp quyền tự do lựa chọn và những phân tích nói trên cho việc mưu cầu hạnh phúc?

Điều tưởng chừng phi lý này đã được miêu tả giải thích khá rõ ràng trong ấn phẩm mới nhất. Một cuốn có tựa đề là *The American Paradox: Spiritual Hunger in*

the Age of Plenty (tạm dịch: *Nghịch lý nước Mỹ: sự khao khát tìm kiếm hạnh phúc ở giới trẻ)* của nhà tâm lý David Myers. Cuốn thứ hai với tên gọi *The loss of happiness in Market Democracies* (tạm dịch: *Kiếm tìm hạnh phúc – sự lạc lối trong nền dân chủ thị trường)* viết bởi khoa học gia về chính trị Robert Lane. Cả hai ấn phẩm đều đề cập việc vì sao sự giàu có về vật chất không thể đi đôi với hạnh phúc cá nhân. Nhưng các tác giả không dừng lại ở đó. Họ nêu ra một vấn đề rất đáng quan tâm: con người ngày càng mất đi hạnh phúc theo thời gian. Trong tác phẩm của mình, Myers trích dẫn một loạt số liệu gây kinh hoàng: từ năm 1960 ở Mỹ, tỉ lệ ly dị đã tăng gấp đôi, số vụ tự tử ở thanh thiếu niên tăng 3 lần, các trại giam không còn chỗ chứa, và cấp số cộng tương tự cho tội phạm hình sự là 4, tỉ lệ cha mẹ sinh con trước hôn nhân là 6, sống thử trước hôn nhân tăng gấp 7 (đây thực sự là nguyên nhân sâu xa dẫn đến đổ vỡ hôn nhân). Đương nhiên, không thể gọi những điều này là biểu hiện của hạnh phúc. Còn theo Lane, hiện tượng suy nhược cơ thể nghiêm trọng đã gia tăng chóng mặt hơn một thế kỷ qua (tăng hơn 3 lần). Mọi thứ trở nên trầm trọng hơn đến nỗi stress hiện diện khắp nơi thông qua các biểu hiện như chứng cao huyết áp, bệnh tim mạch, giảm sức đề kháng và là nguyên nhân gây cảm giác lo âu, khó chịu. Lane miêu tả nỗi cô đơn trong xã hội hiện đại một cách đơn giản:

> *Cuộc sống có quá nhiều sự lựa chọn…. đến nỗi con người dường như bị quá tải… và thiếu sự câu thúc của thói quen… và rằng nhu cầu khám phá và khẳng định bản thân, không chấp nhận cái hiện có lớn hơn bao giờ hết.*

Tình trạng suy nhược cơ thể theo chiều hướng tăng mạnh sẽ tiếp tục được nói đến kỹ hơn. Khi tôi đi sâu vào vấn đề suy nhược trong chương 10, tôi muốn đề cập đến 1 nghịch lý quan trọng. Ở đầu chương tôi đã bàn về công trình nghiên cứu của Martin Seligman về tình trạng cô đơn của giới trí thức và mối liên hệ với bệnh suy nhược. Ông cũng nhấn mạnh rằng khi con người càng biết kiểm soát bản thân, người ta càng bớt cô đơn và nhờ đó tránh được nguy cơ trầm cảm. Bản thân tôi cũng đã nêu ra vấn đề chọn lựa

trọng xã hội hiện đại, khi có nhiều lựa chọn người ta cảm thấy rõ quyền làm chủ của mình hơn bao giờ hết. Kết hợp cả hai luận điểm trên bạn sẽ hoàn toàn loại bỏ chứng suy nhược ra khỏi cuộc sống, và tính tự chủ với sự lựa chọn là liệu pháp tinh thần hữu hiệu. Lý thuyết quan hệ giữa cô đơn và chứng suy nhược mà Seligman đưa ra có đầy đủ cơ sở vững chắc để thuyết phục chúng ta. Vậy liệu tự do chọn lựa có phải là tất cả những gì được bàn đến?

Lane cho rằng chúng ta đang trả giá cho sự dư thừa về vật chất và tự do thái quá đã dẫn đến sự lỏng lẻo trong các mối quan hệ xã hội. Chúng ta kiếm ra nhiều tiền, đồng thời cũng chi mạnh tay hơn những lại không hề giành thời gian cho nhau.

Hơn ¼ người dân Mỹ cho biết họ cảm thấy cô đơn, sự cô đơn không bắt nguồn từ lối sống một mình mà chính từ sự thiếu thốn tình cảm. Chúng ta ít khi về thăm nhà, ít trò chuyện cùng người thân, ít qua thăm hàng xóm… Như tác giả Lane viết “Con người vì công việc, vì bạn bè mà dần rời xa các giá trị gia đình truyền thống”. Nói cách khác, mối dây liên hệ gần gũi truyền thống từ bao giờ đã trở thành một lựa chọn cần “được cân nhắc kỹ” trước khi quyết định.

Vấn đề thời gian

Cần có thời gian để phát triển quan hệ xã hội. Trước tiên hãy giành thời gian tạo dựng những mối quan hệ gần gũi. Muốn kết bạn, hoặc muốn bày tỏ cảm xúc thương yêu với một ai đó, chúng ta cần phải hiểu họ một cách sâu sắc. Ở Hollywood, kinh đô điện ảnh thế giới, người ta thường quen nhau hay thậm chí yêu nhau rất mau chóng như thiếu đi sự chân thành, do đó họ dễ dàng rời bỏ nhau để đến với một người khác. Những gì mà con người thực sự cần là những mối quan hệ bền vững và lâu dài. Sau đó, một khi đã thiết lập được các mối quan hệ thân thiết, ta phải dành thời gian duy trì và nuôi dưỡng chúng. Chúng ta nên thường xuyên ở bên những người mà ta yêu quý, nhất là khi họ cần chúng ta nhất. Và khi có bất đồng hay mâu thuẫn nảy sinh, chúng ta phải nỗ lực tìm ra phương pháp hòa giải tốt nhất. Nói tóm lại, hãy trở thành điểm tự tinh thần cho những người mà bạn quan tâm, thương yêu và gắn bó.

Vậy thì ai có được loại thời gian này? Ai đủ linh động và sức lực để thực hiện những điều tốt đẹp đó trong cuộc sống bận rộn được lập trình sẵn ngày nay? Không phải tôi. Thời gian vô cùng quý báu, và thậm chí các phương tiện kỹ thuật ra đời nhằm tiết kiệm thời gian có hiện đại đến đâu chăng nữa, thì ta vẫn cảm thấy không đủ. Một lần nữa tôi quan niệm nhân tố chính dẫn tới sự thiếu hụt thời gian là việc chúng ta có quá nhiều lựa chọn để quyết định, để đánh giá, và rồi có thể sau đó phải hối tiếc. Mình nên đặt bàn tay ở nhà hàng quen hay trong quán rượu mới này? Mình nên đi nghỉ mát ở thành phố biển hay lên vùng núi? Mình có nên đổi công ty bảo hiểm sức khỏe? Mua thêm hay bán đi cổ phiếu? Những lựa chọn này đã chiếm trọn phần lớn thời gian chúng ta, không còn chỗ cho quan hệ bạn bè, cho người yêu, cho gia đình và người thân.

Tự do hay ràng buộc

Việc thiết lập và duy trì các mối quan hệ xã hội tốt đẹp đòi hỏi bạn phải sẵn lòng chịu hạn chế hoặc áp đặt từ các mối quan hệ đó, cho dù bạn không hài lòng đi nữa. Một khi đã ràng buộc với ai rồi, bạn sẽ không còn được cơ hội lựa chọn nào nữa. Chuyên gia kinh tế và là nhà sử học Albert Hirschman, trong cuốn sách của mình có tự *Exit, Voice, and Loyalty* (tạm dịch: *Lối thoát, giọng nói và sự trung thành)* đã đề cập đến hai khuynh hướng ứng xử chung khi người ta không vui. Họ sẽ rời bỏ tình huống đó, hoặc họ sẽ phản kháng và dùng giọng nói bày tỏ thái độ của mình. Ở các khu mua bán hay trên thương trường, "từ bỏ" là phương cách thể hiện sự bất mãng. Khi không hài lòng với thái độ phục vụ của nhà hàng, chúng ta sẽ tìm một nhà hàng khác, hoặc nhãn hiệu ngũ cốc ưa thích của bạn tăng giá quá cao, bạn sẽ đổi loại khác phù hợp túi tiền hơn. Một trong các ưu điểm nổi bật của lựa chọn phi thị trường là nó đào tạo cơ hội cho con người bày tỏ sự bất mãn bằng cách từ bỏ.

Trong các mối quan hệ xã hội lại khác. Chúng ta không thể từ bỏ người yêu, bạn bè hay cả tập thể theo cách mà ta dùng đối với thái độ phục vụ, với ngũ cốc như kể trên. Cư xử như thế hoàn cảnh không phù hợp, hoặc có thể nói rất đáng bị chỉ trích. Thay vào đó, ta thường biểu hiện sự không hài lòng qua lời lẽ, going nói để tác động đến đối tượng tiếp nhận. Thậm chí có khi mọi nỗ lực vẫn không thành công, chúng ta vẫn phải cố gắng tiếp tục. Từ bỏ là phương án cuối cùng.

Hầu hết chúng ta đều nhận biết được khó khăn trong việc cân bằng giữa tự do lựa chọn với lòng trung thành và sự ràng buộc với người khác. Mỗi người có cách riêng để cân bằng cán cân "tự do – ràng buộc" này. Thế nhưng thể chế xã hội có thể làm cho cán cân này trở lên dễ cân bằng hơn bằng cách thiết lập các áp đặt mà đối tượng của mình không thể vi phạm. Với "quy luật chơi" rõ ràng trong cuộc sống, các ràng buộc, áp đặt này sẽ cho thấy ta đã cống hiến cuộc sống và tình cảm của mình như thế nào cho người khác, trách nhiệm và bổn phận đối với gia đình, bạn bè, và tập thể là gì.

Tuy nhiên, cái giá cho việc chấp nhận ràng buộc quy định bởi thể chế xã hội ảnh hưởng sâu sắc đến tự do cá nhân của con người. Đó

thực sự là cái giá phải trả? Xã hội cho chúng ta quyền trả lời câu hỏi này theo cách riêng của mỗi người, bằng việc cho ta được lựa chọn, lựa chọn cho tự do của chúng ta

Những quyết định bậc 2

Một cách để giảm nhẹ gánh nặng khi phải đưa ra lựa chọn là hãy quyết định khi nào cần đưa ra quyết định hay lựa chọn. Cass Sunstein và Edna Ullmann- Margalit gọi đây là những quyết định bậc 2. Một dạng của *quyết định bậc 2* là bạn quyết định mình phải tuân theo 1 *luật lệ* nào đó. Ví dụ nếu xem việc phải thắt dây an oàn trên xe là một quy định thì bạn phải luôn luôn tuân thủ, và khi đó sự đắn đo có nên thắt dây không khi chỉ cần đi có một dặm đường sẽ không làm phiền bạn được nữa. Nếu bạn quyết định tuân theo một luật lệ và không bao giờ vi phạm thì bạn sẽ có thể loại bỏ được vô số những quyết định khó khăn và sai lầm về sau. Dĩ

nhiên có đủ quyết tâm và kỷ luật để tuân theo mọi luật lệ đã đề ra hay không lại là chuyện khác, nhưng tôi bảo đảm là làm theo các quy định sẽ giúp loại bỏ những lựa chọn rắc rối trong cuộc sống hàng ngày hay khi bạn ngồi vào xe hay tham dự một buổi tiệc.

Tiền giả định thì không quá khắt khe như các luật lệ; chúng cũng giống như phần mặc định trong máy tính của bạn thôi. Tôi mặc định font chữ Times 12 cho máy xử lý văn bản của mình và sau đó không phải bận tâm về nó nữa. Đôi khi trong những trường hợp đặc biết tôi có thể thay đổi mặc định của mình nhưng 99.9% thời gian tôi đều làm chủ được những quyết định của mình.

Các *tiêu chuẩn* còn “dễ thở” hơn nữa. Khi đặt ra một tiêu chuẩn, chúng ta đã tiến hành một bước đi quan trọng đó là chia thế giới các lựa chọn ra làm hai phần: phần có thể đáp ứng tiêu chuẩn của mình và phần không làm được điều đó. Sau đó mỗi khi phải quyết định điều gì bạn chỉ cần xem xét những option thuộc phần đầu mà thôi. Như chúng ta đã thấy trong chương trước bạn có thể dễ dàng hơn nhiều khi quyết định một sản phẩm tốt vừa đủ (tri túc) hay tốt nhất (cầu toàn). Điều này càng đúng hơn nếu chúng ta kết hợp các tiêu chuẩn với những công việc thường ngày hay với các thói quyen. Việc quyết định rằng chúng ta sẽ gắn với một thứ đáp ứng được tiêu chuẩn của mình sẽ giúp bạn không cần phải lựa chọn giữa cầu toàn và tri túc nữa. Sự kết hợp giữa tiêu chuẩn và thói thường có ý nghĩa khá quan trọng trong việc tìm kiếm và duy trì một tình bạn bền vững. Chúng ta đến với những người phù hợp với các tiêu chuẩn của mình

(về sự thông minh, tốt bụng, có cá tính, v.v.) rồi gắn kết với họ. Chúng ta không phải ngày nào cũng phải lựa chọn xem có nên duy trì một tình bạn hay không. Bạn sẽ không phải tự hỏi liệu có nên chơi thân với Ngọc hơn Oanh không; có vô số "Ngọc" trong cuộc sống và nếu lại hỏi bản thân những câu như vậy bạn sẽ lại phải tự hỏi có nên duy trì tình bạn hay không.

Vậy bằng cách dùng các luật lệ, tiền giả định, tiêu chuẩn và thói quen để giữ mình và hạn chế số lượng các quyết định mình phải đối mặt, chúng ta có thể quản lý cuộc sống của chính mình tốt hơn. Từ đó có nhiều thời gian và công sức hơn để mang lại niềm vui của người khác hoặc có thể sẵn sàng cho những quyết định không thể hoặc không muốn tránh. Mỗi quyết định bậc 2 cũng có cái giá của nó – bỏ qua những cơ hội có thể có khả năng tốt hơn – chúng ta không thể sống thiếu chúng được.

Đầu thế kỷ 20, sau khi quan sát làm cách nào quá trình tiến hóa tạo ra những sinh vật có các khả năng tri giác và hành xử hoàn toàn phù hợp với nhu cầu sinh tồn của mình, nhà sinh học Jacob von Uexkull đã kết luận: "Sự an toàn còn quan trọng

hơn sự sung túc". Nói cách khác, một con chồn không hề sở hữu "gia tài" về kinh nghiệm và lựa chọn mà con người sử dụng khi quyết định vào rừng hay đi dạo. Nhưng con chồn lại có sự an toàn khi nó nhận thức được điều gì quan trọng nhất và cách thực hiện những gì cần làm để sinh tồn, vì nó có một sự kiềm chế bản năng đối với những lựa chọn không cần thiết. Sự kiềm chế này giúp con chồn nhận ra thức ăn, bạn tình, kẻ thù với những mối nguy hiểm khác và còn giúp nó có những hoạt động vừa đủ và chính xác để đạt được cái nó thật sự cần. Với con ngời một kiềm chế tương tự đến từ văn hóa. Một vài nền văn hóa quá khắt khe đến mức áp bức trong khi văn hóa tiêu thụ của Mỹ lại đang vứt bỏ càng nhiều ràng buộc càng tốt và như tôi đã nói khi mới bắt đầu đó cũng là một dạng áp bức.

Muốn và thích

Với giá trị quan trọng chúng đặt vào quyền tự chủ và quyền tự do lựa chọn, bạn có thể nghĩ rằng có được chúng sẽ làm chúng ta hạnh phúc hơn. Thường thì những điều chúng ta muốn cũng là những gì làm ta ưa thích, những gì mang lại sự sung sướng cho ta. Tuy nhiên những bằng chứng vô cùng thuyết phục đã chỉ ra rằng “muốn” và “thích” đều được điều khiển bởi những hệ thống vùng não bộ khác nhau về cơ bản và không nhất thiết phải hoạt động cùng nhau (dù thông thường là vậy). Những con nghiện rõ ràng lúc nào cũng “muốn” có thuốc dù là tới một mức độ nào đó thuốc không còn khả năng mang lại sự thỏa mãn cho họ. Khích thích những vùng não bộ tương tự cũng khiến những con chuột “muốn” phô-mai nhưng nó lại không thấy bằng chứng nào rằng chúng “yêu thích” cả ngay khi ăn nó.

CHƯƠNG 6.
NHỮNG CƠ HỘI BỎ LỠ

Tháng 2, trời lạnh cóng. Tuyết bám đầy bồ hóng trải dài đường phố. Đi làm

rồi lại lặng lẽ trở về trong đêm tối, chỉ bằng cách suy nghĩ về kỳ nghỉ hè sắp tới của mình mới giúp Angela vượt qua được mùa đông dài đằng đẵng này.

Angela đang xem xét hai khả năng rất khác nhau: du lịch đến bắc California hoặc nghỉ ngơi một tuần tại một ngôi nhà trên biển ở mũi Cod. Cô ta sẽ quyết định như thế nào? Có thể Angela sẽ bắt đầu bằng cách xem xét điều gì quan trọng nhất đối với mình khi đi nghỉ. Vốn yêu vẻ đẹp lộng lẫy của thiên nhiên, ắt hẳn điểm dừng chân của Angela phải đáp ứng được yêu cầu đó. Angela thích tiêu khiển ngoài trời nhưng đồn thời ghét khí trời nóng và ẩm, vì thế thời tiết cũng phải ôn hòa. Yêu những bãi biển vắng người trải dài, nhưng Angela cũng thích ăn ngon, hứng thú với nhịp sống về đêm sôi động, quan sát mọi người và ngắm nhìn hàng hóa bày bán. Thêm vào đó, Angela không thích đám đông. Là một phụ nữ năng động, nhưng thỉnh thoảng Angela cũng thích có một buổi chiều được nằm ườn trên ghế chỉ để đọc sách.

Thế thì sao nào? Angela còn hai chuyện cần làm. Trước tiên, cần đánh giá tầm quan trọng của những khía cạnh đa dạng ở những điểm đến Angela đang cân nhắc. Ví dụ, liệu thời tiết dễ chịu có quan trọng hơn nhịp sống sôi động về đêm không? Tiếp theo, Angela cần biết được bắc California và mũi Cod bổ trợ nhau như thế nào. Nếu một trong hai điểm đến trội hơn điểm còn lại trong mọi lĩnh vực Angela quan tâm, việc đưa ra quyết định thật dễ dàng. Nhưng khả năng dễ xảy ra nhất là Angela sẽ khám phá ra mỗi điểm dừng chân sẽ có những điểm mạnh mà điểm còn lại không có. Và vì thế, Angela cuối cùng phải tự thỏa hiệp. Tuy vậy, Angela có thể đưa ra được lựa chọn cho mình nếu cô làm cho mình một danh sách những tiêu chí quan trọng ảnh hưởng đến việc chọn điểm đi du lịch, quyết

định chúng quan trọng đến mức nào, và đánh giá từng trường hợp đủ khả năng đáp ứng mong ước của cô ra sao.

Bây giờ, bỗng nhiên có một người bạn của Angela chen vào và làm cho mọi chuyện thêm rắc rối. Người bạn đó đề nghị Angela đi nghỉ ở một ngôi nhà tranh nhỏ xinh tại Vermont. Ở đó, Angela có thể leo núi, đi bơi dưới hồ, tham gia vào các lễ hội nghệ thuật, đi ăn ở những nhà hàng ngon, cũng như tận hưởng thời tiết ấm áp, khô thoáng vào ban ngày và mát mẻ, dễ chịu vào ban đêm. Ngoài ra, thị trấn đó còn nằm gần Burlington, nơi có nhịp sống về đêm đầy năng động. Và cuối cùng, người bạn chỉ ra rằng do Angela có thể nghỉ mát cùng một vài người bạn của cô do họ có sở hữu những căn nhà nghỉ tại khu vực này. Thế nhưng, đi nghỉ hè với bạn là một

trường hợp Angela chưa từng nghĩ đến khi cô cân nhắc giữa California và mũi Cod. Và bây giờ điều Angela cần làm là thêm tiêu chí đó vào danh sách những khía cạnh hấp dẫn khi quyết định điểm du lịch. Thêm vào đó, Angela cần phải đánh giá lại một vài thang điểm cô dành cho hai điểm đến đầu tiên. Có thể Angela sẽ trừ một hay hai điểm cho mũi Cod khi thấy thời tiết nơi này trái ngược với khi hậu mát mẻ và thông thoáng tại Vermont.

Nhưng khả năng được vui với bạn bè làm cho Angela đắn đo. Các con của Angela sống ở rất xa, và cô nhớ chúng. Sẽ là tuyệt nếu được gặp gỡ bạn bè, nhưng được ở bên gia đình sẽ còn tuyệt hơn. Biết đâu được có một nơi xinh đẹp nào đó gần chỗ các con Angela đang sống có những quán ăn ngon, thời tiết dễ chịu, và nhiều thứ để làm về đêm. Hoặc giả biết đâu được có một nơi nào đó bọn trẻ sẽ hứng thú đi chơi với Angela. Hàng loạt khả năng được Angela tự tán thành và một khía cạnh khác - ở bên các con – được Angela đưa vào danh sách.

Có một điều rõ ràng là không lựa chọn nào đáp ứng trọn vẹn mong ước của Angela. Cô chỉ cần chuẩn bị thực hiện một vài thỏa hiệp.

Michael, một sinh viên năm cuối đầy tài năng, đang cố gắng lựa chọn giữa hai công việc. Một có mức lương khởi điểm hấp dẫn, cơ hội thăng tiến khiêm tốn, mức độ an ninh tuyệt vời, và môi trường làm việc hòa nhã, sinh động. Công việc còn lại có mức lương khởi

điểm không cao, cơ hội thăng tiến đầy xán lạn, mức độ an ninh tạm được, và một cơ cấu tổ chức khá chỉnh chu, theo tôn ti trật tự.

Khi Michael còn đang đắn đo giữa hai công việc A và B, công việc C lại xuất hiện. Với nó, Michael sẽ có cơ hội làm việc tại một thành phố đầy thú vị. Bất thình lình, sự hấp dẫn của vị trí tọa lạc lại liên quan đến lựa chọn của Michael, một điều chưa từng đươc anh nghĩ đến. Tại sao địa điểm của công việc A và B không thể so sánh với C? Và Michael sẽ phải đánh đổi bao nhiêu về tiền lương, an ninh, và nhiều thứ khác nữa để có thể làm việc trong thành phố thú vị này?

Việc đưa ra quyết định càng trở nên rối rắm hơn khi một triển vọng công việc khác xuất hiện ở một địa điểm rất gần gia đình của Michael và những người bạn cũ, và đây cũng lại là một yếu tố anh chưa hề nghĩ tới. Điều đó quan trọng đến mức nào? Và sau đó, bạn gái của Michael tìm được một công việc rất tốt, tương tự như công việc A, trong cùng thành phố. Câu hỏi đặt ra cho Michael lúc này là: anh sẽ dành bao nhiêu trọng lượng cho yếu tố này? Và tầm quan trọng trong mối quan hệ giữa Michael và bạn gái tới mức nào?

Để có thể quyết định lựa chọn nghề nghiệp, Michael sẽ phải tự trả lời vài câu hỏi khó. Anh có sẵn lòng tự thỏa hiệp giữa mức lương và cơ hội thăng tiến, giữa chất lượng công việc và chất lượng của thành phố nơi anh làm việc? Michael liệu có thể thỏa hiệp cả hai để được gần gia đình? Và anh có đủ dũng cảm từ bỏ tất cả để được ở bên bạn gái?

Một phần mặt trái của sự dư thừa lựa chọn nằm ở chỗ, mỗi một lựa chọn mới lại làm dài thêm danh sách những thỏa hiệp – bắt nguồn của những hệ quả tâm lý. Sự cần thiết phải tiến hành thỏa hiệp thay đổi cách chúng ta cảm nhận về những quyết định gặp phải. Và quan trọng hơn, nó ảnh hưởng đến mức độ thỏa mãn mỗi người trải nghiệm được từ quyết định cuối cùng của mình.

Phí tổn cơ hội

Các nhà kinh tế học cho rằng chất lượng của bất cứ lựa chọn cho sẵn nào cũng không thể được đánh giá tách rời với các phương án thay thế của nó. Một trong những “cái giá” của một lựa chọn chính là việc bỏ qua các cơ hội mà một lựa chọn khác có thể mang lại. Và đây được đề cập tới như là một phí tổn cơ hội. Phí tổn cơ hội của việc đi nghỉ tại bãi biển ở mũi Cod chính là việc bỏ qua những nhà hàng thịnh soạn ở California. Tương tự, phí tổn cơ hội khi chọn công việc ở gần người yêu của bạn sẽ phải đánh đổi bằng việc sống xa gia đình. Mỗi một lựa chọn đều hàm chứa những phí tổn cơ hội liên quan tới nó.

Ta có thể bị lạc lối nếu như không thể nghĩ về những phí tổn cơ hội. Tôi thường nghe mọi người biện minh cho quyết định mua hẳn một căn nhà thay vì tiếp tục thuê mướn, bằng cách cho rằng họ đã mệt mỏi với việc cứ mãi tiếp tục làm đầy hầu bao của chủ cho thuê nhà. Họ cho rằng vay tiền ngân hàng để mua nhà là một thương vụ đầu tư, trong khi việc thuê nhà chẳng khác gì ném tiền qua cửa sổ. Dòng suy nghĩ này thoạt nghe tưởng chừng nghe có vẻ hợp lý nhưng lại chưa đủ thấu đáo. Và sau đây là quan điểm chung của hầu hết những người mua nhà: “Chúng tôi phải đặt cọc 50.000 đô la. Chi phí sinh hoạt hàng tháng, bao gồm tiền vay ngân hàng, thuế, bảo hiểm, và điện nước tính tổng lại cũng chỉ bằng chi phí thuê nhà. Vì vậy, trên thực tế, với một khoản đầu tư 50.000 đô la, tôi phải xoay sở làm sao để được hưởng lợi từ chi phí nhà cửa hàng tháng, làm đầy thêm hầu bao của mình thay vì của chủ cho thuê nhà. Và tôi cũng chắc chắn rằng mình sẽ thu lợi hơn 50.000 đô la sau khi bán ngôi nhà.”

Không còn nghi ngờ gì nữa, sở hữu một ngôi nhà thường là một phi vụ đầu tư khôn ngoan. Nhưng cái mà những người mua nhà chưa suy tính tới là phí tổn cơ hội của việc bỏ ra 50.000 đô la vào trong ngôi nhà. Với số tiền đó, bạn còn có thể làm

gì với nó? Đầu tư vào thị trường chứng khoán, hoặc học trọn khóa Đại học Luật để tăng thêm thu nhập, hoặc cũng có thể đi du lịch vòng quanh thế giới và viết một cuốn tiểu thuyết bạn kỳ vọng sẽ hoàn toàn thay đổi cuộc đời mình. Một số lựa chọn mang tính thức

tiễn hơn, và sự khôn ngoan của từng lựa chọn tùy thuộc và mục tiêu cuộc đời bạn cũng như thời gian bạn có. Khi tôi viết cuốn sách này, thị trường bất động sản có vẻ là một lựa chọn khả dĩ hơn thị trường chứng khoán. Thế nhưng, khi thị trường bắt đầu tăng vọt vào năm 1996, đầu tư 50.000 đô la vào thị trường chứng khoán có thể trúng quả đậm. Điều quan trọng là, ngay cả những quyết định được xem là dễ dàng nhất cũng hàm chứa những giá trị tiềm ẩn của những lựa chọn bị từ chối. Suy nghĩ về những phí tổn cơ hội có thể sẽ không làm thay đổi quyết định của bạn, nhưng chí ít cũng giúp bạn có được một đánh giá mang tính thực tiễn hơn về tính toàn diện của quyết định.

Theo các giải định kinh tế chuẩn, phí tổn cơ hội duy nhất có ý nghĩa quan trọng đối với một quyết định, chính là những phí tổn có liên quan đến những phương án thay thế liền kề với phương án tốt nhất. Vì vậy, hãy thử cho biết lựa chọn của bạn cho tối thứ 7 trong danh sách liệt kê dưới dây:

1. Ăn tối tại một nhà hàng dễ thương.
2. Ăn tối nhanh và sau đó đi xem phim.
3. Đi nghe nhạc jazz.
4. Đi khiêu vũ.
5. Nấu bữa tối cho một vài người bạn.
6. Đi xem bóng chày.

Nếu bạn đi ăn tối, “cái giá” của nó chính là việc phải trả tiền cho bữa tối cộng với việc mất cơ hội xem phim. Hãy chú ý đến cái bạn sẽ bỏ lỡ ở lựa chọn thay thế thứ hai và chỉ thế mà thôi. Đừng phí sức tiếc rẻ khi vuột mất những lựa chọn tiếp theo trong danh sách mà bạn không thể thực hiện dược. Tuy vậy, cực kỳ khó khăn để thực hiện lời khuyên trên, và đây là lý do: những lựa chọn được xem xét thường có những khía cạnh đa phương diện. Nếu ta xem xét các lựa chọn theo phương diện từng khía cạnh của chúng thay vì tổng thể, thì những lựa chọn khác nhau sẽ được xếp hạng thứ 2 (hay thậm chí thứ nhất) trong danh sách. Vì vậy, đi xem phim có thể là cách tốt nhất để kích thích đầu óc. Nghe nhạc jazz có thể là lựa chọn tối ưu để thư giãn. Có lẽ không biện pháp tập thể dục nào tốt hơn là đi khiêu vũ. Đi xem bóng chày khả dĩ là một cách để giải tỏa ức chế. Và ăn tối với bạn bè cũng có thể là cách tốt nhất để tình bạn

ngày một thân thiết hơn. Mặc dù nhìn chung có thể chỉ có một lựa chọn tốt thứ hai duy nhất, mỗi một lựa chọn bạn bỏ qua phải có một vài khía cạnh đáng mơ

ước nào đó đã đưa chúng vào danh sách. Vì vậy, đi ăn tối bên ngoài đồng nghĩa với việc bỏ qua các cơ hội được kích thích đầu óc, thư giãn, tập thể dục, giải tỏa ức chế, và thắt chặt tình bạn. Đứng về phương diện tâm lý mà nói, mỗi phương án bạn lựa chọn vẫn có thể đưa ra những cơ hội bạn sẽ bỏ qua.

Nếu chúng ta giả định những phí tổn cơ hội phá hỏng khía cạnh mong ước tổng thể của lựa chọn ưu việt nhất, và chúng ta cảm nhận được rằng phí tổn cơ hội có liên quan đến rất nhiều lựa chọn bị bỏ qua khác, thì khi càng có nhiều lựa chọn, ta càng phải trải nghiệm được nhiều về phí tổn cơ hội. Và khi đó, ta lại càng cảm thấy ít thỏa mãn hơn từ chính lựa chọn của mình.

Tại sao không thể là một công việc lương cao, cơ hội thăng tiến, môi trường làm việc thân thiện, và ở một nơi thú vị có luôn việc làm cho người yêu và gần gia đình? Tại sao không thể là một kỳ nghỉ mà tôi có thể tận hưởng bãi biển tuyệt vời cùng những nhà hàng thịnh soạn và những cửa hiệu, điểm du lịch hấp dẫn? Tại sao tôi lại không thể được kích thích đầu óc, thư giãn, giải tỏa ức chế, và gặp gỡ bạn bè? Sự tồn tại của những lựa chọn đa phương diện giúp chúng ta mường tượng dễ dàng hơn về những lựa chọn không tồn tại khác – đó chính là những lựa chọn kết hợp những khía cạnh hấp dẫn của những lựa chọn không tồn tại. Và khi chúng ta hình dung theo cách này, chúng ta sẽ càng ít thỏa mãn hơn với lựa chọn cuối cùng của mình. Vì vậy, một lần nữa, sự đa dạng về chọn lựa chỉ làm cho tình hình tồi tệ thêm.

Khách quan mà nói, nếu có một cách nào đó để nói đâu là kỳ nghỉ tốt nhất, công việc tốt nhất, hoặc phương án tốt nhất cho một tối thứ Bảy, và sau đó những lựa chọn thêm vào chỉ có thể làm ta cảm thấy hạnh phúc hơn. Bất cứ một lựa chọn mới nào cũng có thể trở thành phương án tối ưu. Nhưng khách quan thì thực sự không có kỳ nghỉ nào hoặc một tối thứ Bảy nào là tuyệt nhất. Cuối cùng, chất lượng lựa chọn có ý nghĩa đối với mọi người chính là những trải nghiệm chủ quan những lựa chọn khác mang lại. Và đi xa hơn,

nếu bất cứ lựa chọn thêm vào nào phá hỏng trại nghiệm chủ quan của chúng ta, chúng ta lại càng cảm thấy tình hình tồi tệ hơn.

Tâm lý thỏa hiệp

Khía cạnh tâm lý của việc thỏa hiệp đã được điều tra trong một loạt nghiên cứu, trong đó người tham gia được yêu cầu đưa ra những quyết định giả định về việc chọn mua chiếc xe nào, thuê căn hộ nào hoặc chọn công việc nào, dựa trên một loạt các khía cạnh, bao gồm giá cả. Danh sách của những lựa chọn được thiết kế theo hướng sao cho để đạt được quyết định một lựa chọn, người tham gia bắt buộc phải

thực hiện thỏa hiệp. Ví dụ, khi chọn mua xe, có thể chiếc này sành điệu hơn, phương diện an toàn lại kém hơn. Thuê một căn hộ, có thể căn này rộng rãi hơn nhưng lại nằm ở vị trí không ưng ý cho lắm.

Trong một nghiên cứu, một người tham gia được cho biết rằng chiếc xe A có giá trị 25.000 đô la và độ an toàn cao (điểm 8 trên 10). Chiếc xe B được chấm điểm 6 về phương diện an toàn. Người tham gia sau đó được hỏi cần phải tốn bao nhiêu cho xe B để nó được bắt mắt như xe A. Trong trường hợp này, bắt buộc người trả lời phải thực hiện thỏa hiệp giữa giá cả và độ an toàn. Nó yêu cầu phải hỏi mỗi một đơn vị an toàn thêm vào sẽ tốn hết bao nhiêu. Ví dụ, nếu một người trả lời xe B chỉ tốn 10.000 đô la, rõ ràng là họ đặt giá trị cao cho mức độ an toàn thêm vào ở xe A. Nhưng, nếu họ cho rằng xe B đáng giá 22.000 đô la, họ chắc hẳn ít chú trọng đến giá trị an toàn của xe A hơn. Với câu hỏi này, người tham dự hầu như không gặp phải bất cứ khó khăn gì. Nhưng sau đó, câu hỏi thứ hai có vẻ nặng nề hơn. Họ được yêu cầu chọn lựa giữa xe A, mức độ an toàn 8 điểm và có giá 25.000 đô la và xe B, mức độ an toàn 6 và có giá người tham gia đã thấy cần thiết để có thể làm 2 chiếc xe bắt mắt như nhau. Và, câu hỏi đặt ra là người tham gia sẽ lựa chọn thế nào giữa 2 chiếc?

Do cả 2 lựa chọn đã ngang bằng nhau, có lẽ bạn sẽ dự đoán rằng phân nửa số người sẽ chọn chiếc xe an toàn hơn và đắt đỏ hơn; trong khi đó, phân nửa còn lại sẽ chọn chiếc ít an toàn hơn và rẻ hơn. Nhưng, đó lại không phải là kết quả của cuộc nghiên cứu. Hầu hết những người tham dự đều chọn chiếc xe an toàn và đắt tiền hơn. Khi buộc phải lựa chọn, hầu hết mọi người từ chối thỏa hiệp

mức độ an toàn với giá cả. Họ hành xử như thể mức độ an toàn ảnh hưởng sâu sắc đến quyết định của họ và do vậy giá cả trở nên không còn quan trọng nữa. Lựa chọn này rõ ràng đi ngược lại với phương cách mọi người trả lời cho câu hỏi đầu tiên khi họ phải thiết lập giá cả để có thể làm hai chiếc xe bắt mắt như nhau. Nếu như lức đó nghĩ rằng mức độ an toàn có vai trò tối quan trọng, chắc hẳn những người tham gia cuộc nghiên cứu này phải hạ thấp giá thành của chiếc xe B xuống. Nhưng họ lại không làm vậy. Do vậy, vấn đề ở đây không phải là mọi người từ chối đặt giá lên mức độ an toàn. Mà nói đúng hơn, khi đến thời điểm phải đưa ra lựa chọn, chỉ đơn giản là họ không mặn mà với việc phải bỏ ra cái giá họ đã thiết lập trước đó họ đã thiết lập cho sự an toàn.

Mặc dù việc đưa ra quyết định chỉ thuần túy là giả định, người tham gia cũng trải qua những biến động tâm lý tiêu cực đáng kể khi phải chọn giữa xe A và xe B. Và nếu quá trình thể nghiệm cho phép, họ sẽ từ chối đưa ra bất kỳ một quyết định nào.

Và do thế, các nhà nghiên cứu kết luận rằng, bị buộc phải thực hiện tự thỏa hiệp khi đưa ra quyết định chỉ làm cho ta không hài lòng và thiếu quyết đoán.

Rất khó để hiểu được mô thức này. Hãy thử tưởng tượng bạn chọn chiếc xe ít an toàn hơn để tiết kiệm 5.000 đô la và sau đó bị một tai nạn giao thông nghiêm trọng. Bạn có thể chịu đựng nổi khi cứ bị dằn vặt rằng giá mà mình lái một chiếc xe an toàn hơn, thì giờ đây một trong những người thân của mình đâu phải chịu đựng chấn thương nghiêm trọng? Chắc chắn bạn sẽ rất miễn cưỡng khi phải thỏa hiệp giữa mức độ an toàn và giá cả. Chắc hẳn an toàn có vai trò tối quan trọng. Nhưng đây là trường hợp rất đặc biệt.

Những người tham gia trong các cuộc nghiên cứu này cho thấy mô thức của việc miễn cưỡng thực hiện thỏa hiệp bất kể rủi ro cao hay thấp. Khi phải thực hiện bất kỳ thỏa hiệp nào thì đều có căng thẳng đến không thể tin được. Và một khi những lựa chọn này thay thế có sẵn sàng tăng, mức độ phải thực hiện thỏa hiệp cũng theo chiều hướng tỉ lệ thuận.

Né tránh quyết định

Và sau đó, mọi người sẽ phải làm gì nếu như hầu hế các quyết định đều liên quan đến thỏa hiệp và mọi người cương quyết không thực hiện điều đó? Một giải pháp đưa ra là trì hoãn hoặc né tránh việc đưa ra quyết định. Hãy thử tưởng tượng bạn đang đi siêu thị tìm mua một dàn máy nghe nhạc mới và nghe thông báo về chương trình bán hàng thanh lý máy CD kéo dài trong một ngày. Bạn có thể mua máy nghe nhạc Sony chỉ với 99 đô la, thấp hơn nhiều so với giá niêm yết. Bạn sẽ mua nó, hay lại tiếp tục tìm kiếm các nhãn hiệu và mẫu mã khác? Giờ đây hãy tiếp tục giả sử siêu thị chào bán máy Sony 99 đô la và máy Aiwa cao cấp 169 đô la – cũng thấp hơn nhiều so với giá gốc. Bạn sẽ mua cả hai hay trì hoãn để tiếp tục tìm kiếm?

Những người nghiên cứu thu được một kết quả rất thú vị khi họ hỏi câu hỏi này. Trong trường hợp đầu tiên, 66% cho rằng họ sẽ mua máy Sony và 34% cho biết sẽ chờ. Trường hợp thứ hai, 27% chọn mua Sony, 27% chọn Aiwa, và số còn lại quyết định chờ. Hãy xem xét điều này có ý nghĩa gì. Khi có trong tay một lựa chọn hấp dẫn, 2/3 quyết định sẽ chọn nó. Nhưng khi có hai lựa chọn hấp dẫn, chỉ quá nửa một chút sẵn lòng mua. Vì vậy, đưa thêm một lựa chọn thứ hai sẽ tạo ra mâu thuẫn và buộc lòng phải thực hiện thỏa hiệp giữa giá cả và chất lượng. Nếu như không có một lý do bức thiết nào để chọn một trong hai, những khách hàng tiềm năng sẽ đồng loạt bỏ qua cả hai. Bằng cách tạo ra mâu thuẫn, lựa chọn thứ hai càng làm cho việc quyết định trở nên khó khăn hơn.

Khách hàng cần hoặc muốn có lý do để biện minh cho lựa chọn, như ta đã thấy trong tình huống giả định thứ 3. Một ngày bán hàng tương tự chào giá cho máy Sony là 99 đô la và máy Aiwa chất lượng thấp hơn với giá 105 đô la. Ở đây, lựa chọn thứ hai không tạo ra mâu thuẫn. Sony tốt hơn Aiwa và nó được bày bán. Không lấy làm ngạc nhiên, hầu như không ai chọn Aiwa. Nhưng điều ngạc nhiên chính là 73% người chọn mua Sony, cao hơn tỷ lệ 66% chọn mua khi máy Sony được chào bán một mình. Vì vậy, sự hiện diện của một lựa chọn khác có chất lượng thấp hơn giúp khách hàng có những quyết định mạo hiểm dễ dàng hơn. Có thể hiểu ra rằng máy Aiwa chất lượng thấp hơn củng cố niềm tin của khách hàng rằng mua máy Sony là một khôn ngoan, mặc dù trong một siêu thị bày

bán hàng tá các thương hiệu và mẫu mã khác nhau, việc đưa ra một lựa chọn thứ hai không nói được gì nhiều. Thậm chí nếu có thua kém trong mọi cách thì lựa chọn thứ hai có vai trò như một chỗ dựa hoặc một sự so sánh làm củng cố thêm niềm tin của khách hàng khi lựa chọn cái đầu tiên (xem chương 3). Nó giúp người mua kết luận rằng lựa chọn Sony có chất lượng tốt và giá cả hợp lý. Những thỏa hiệp khó khăn càng làm cho việc biện minh cho quyết định khó khăn, và dẫn đến việc trì hoãn; ngược lại, thỏa hiệp dễ dàng thực hiện sẽ đưa đến quyết định dễ dàng. Và những lựa chọn đơn lẻ nằm đâu đó ở khoảng giữa.

Mâu thuẫn khiến ta né tránh quyết định ngay cả khi những rủi ro chỉ là vụn vặt. Trong một nghiên cứu, người tham dự được trả 1.5 đô la để điền những thông tin cần thiết vào phiếu câu hỏi. Sau khi những người tham dự hoàn tất, họ được trả công bằng một cây viết bằng kim loại và được nói rằng cây viết có giá gần 2 đô la. 75% chọn cây viết. Trường hợp thứ hai, những người tham dự được hứa trả 1.5 đô la hoặc lựa chọn giữa cây viết bằng kim loại trên và hai cây viết có nắp đậy cũng có giá khoảng 2 đô la. Giờ đây, chỉ dưới 50% chọn cây viết. Vì thế, mâu thuẫn đưa ra bởi lựa chọn được thêm vào càng làm cho việc lựa chọn cây viết này hoặc cây khác thêm khó khăn, và đa số người tham dự quyết định không chọn cây nào cả. Thật khó để tưởng tượng tại sao thêm vào một cặp viết rẻ hơn có thể làm gì đó để làm tăng thêm giá trị của cây viết tốt nếu so với 1.5 đô la. Nếu 75% đã quyết định chọn cây viết thay vì 1.5 đô la trong trường hợp đầu tiên, thì trong trường hợp thứ hai 75% cũng phải nghĩ như vậy. Và cũng nên có một vài người nghĩ rằng lấy cả hai cây viết lại là một quyết định tốt hơn. Vì lẽ đó, sẽ có nhiều người, chứ không phải ít hơn, nên chọn cây viết hơn là tiền mặt khi họ có lựa chọn. Thế nhưng điều ngược lại đã xuất hiện.

Có một ví dụ khác, cấp thiết hơn để minh họa cho việc mâu thuẫn khiến mọi người trì hoãn việc ra quyết định. Trong nghiên cứu này, các bác sỹ được cho xem

bệnh án của một bệnh nhân bị chứng OSTEOARTHRITIS và được hỏi liệu rằng họ có nên kê một phương thuốc mới hay chuyển sang cho một chuyên gia. Hầu như 75% đề cập tới phương thuốc điều trị. Các bác sỹ khác được hỏi với một lựa chọn giữa hai

phương thuốc điều trị hoặc chuyển sang cho chuyên gia. Và chỉ có 50% trong số họ nghiêng về hướng lựa chọn một trong hai phương thuốc điều trị, có nghĩa phân nửa bác sỹ được hỏi thiên về hướng chuyển sang cho chuyên gia. Và dĩ nhiên, chuyển sang cho chuyên gia là một cách để né tránh việc đưa ra quyết định.

Tương tự, trường hợp của một bệnh viện đang nguy khốn được đặt ra với các nhà lập pháp với câu hỏi họ có đề xuất đóng cửa nó hay không. 2/3 đề nghị đóng cửa bệnh viện. Một nhóm các nhà lập pháp khác gặp phải một trường hợp khác đau đầu hơn với thêm một khả năng đóng cửa một bệnh viện nữa cũng đang khốn đốn. Khi được hỏi bệnh viện nào trong hai cái trên họ muốn đóng cửa (dĩ nhiên họ cũng có quyền không đưa ra đề xuất nào), chỉ một phần tư đề cập tới giải pháp đóng cửa một trong hai. Dựa vào những nghiên cứu này và những nghiên cứu khác mang tính chất tương tự, các nhà nghiên cứu kết luận rằng khi gặp phải những lựa chọn có liên quan đến thỏa hiệp là nguồn gốc của mâu thuẫn, ta đều cảm nhận những lữa chọn đó không gây hứng thú.

Người ta nhận ra việc đưa ra quyết định liên quan tới thỏa hiệp thật phiền nhiễu và sẽ bấu víu lấy bất cứ cái gì có thể giúp họ quyết định. Hãy xem xét ngữ cảnh sau từ một nghiên cứu khác:

Hãy thử tưởng tượng bạn tham gia xét xử một phiên xử giành quyền nuôi con của một vụ ly dị tương đối rối rắm. Các dữ kiện của vụ xử, liên quan tới tình hình kinh tế, xã hội, và tình cảm, rất phức tạp và mơ hồ. Và bạn quyết định đưa ra quyết định hoàn toàn dựa trên những thông số ít ỏi sau đây.

Phụ huynh A

Thu nhập trung bình Sức khỏe trung bình Giờ làm việc trung bình

Quan hệ chừng mực với con cái Cuộc sống xã hội tương đối ổn định

Phụ huynh B

Mức thu nhập trên trung bình

Vấn đề về sức khỏe không đáng kể Phải đi rất nhiều do công việc Quan hệ rất gần gũi với con cái

Cuộc sống xã hội cực kỳ năng động

Bạn sẽ trao quyền nuôi con duy nhất cho phụ huynh nào?

Khi gặp phải tình huống này, 64% người trả lời trao quyền nuôi con cho phụ huynh B. Trong khi phụ huynh A chỉ đạt tới mức độ trung bình trong mọi phương diện, phụ huynh B có hai khía cạnh tích cực và ba khía cạnh tiêu cực, và đối với hầu hết mọi người, mặt tích cực đánh bật mặt tiêu cực.

Hoặc có thực sự như vậy không? Một nhóm người được phỏng vấn khác được cung cấp lượng thông tin y hệt như nhóm đầu, nhưng được hỏi một câu tương đối khác một chút: Phụ huynh nào bạn sẽ từ chối quyền nuôi con duy nhất? Với việc phán xét được cấu thành ở thể ngôn ngữ phủ định, tỉ lệ phần trăm số người ủng hộ phụ huynh B rớt từ 64% xuống 55%.

Những lựa chọn khó khăn kiểu này thường khởi nguồn cho một trào lưu trong đó người ta đi tìm lý lẽ cho lựa chọn của chính mình. Loại lý lẽ nào ta thường đi tìm? Ở ví dụ đầu tiên, người ta đi tìm lý lẽ để chấp nhận một phụ huynh. Và phụ huynh B đã đáp ứng được yêu cầu này: thu nhập cao và quan hệ tốt. Ở ví dụ thứ hai, người ta lại đi tìm kiếm lý do để từ chối một phụ huynh. Và phụ huynh B cũng có những lý do để khiến bị từ chối: vấn đề về sức khỏe, đi công tác, và quá nhiều các mối giao du xã hội. Những người được phỏng vấn sẽ bám vào dạng câu hỏi đưa ra (chấp nhận hay từ chối) để làm cơ sở cho lựa chọn của mình. Đó là một cách để giảm nhẹ hoặc né

tránh mâu thuẫn. Nếu bạn chỉ đơn thuần nhìn vào mặt tiêu cực, bạn sẽ không phải lo lắng gì về thỏa hiệp với mặt tích cực.

Mâu thuẫn quyết định là một nhân tố quan trọng trong những ví dụ về mặt né tránh quyết định tôi vừa miêu tả, nhưng đó không phải là nhân tố duy nhất. Hãy thử nghĩ về việc cố gắng quyết định có nên mua một máy quay phim kỹ thuật số với tiền thưởng cuối năm. Với một máy quay phim kỹ thuật số, bạn có thể điều chỉnh hình ảnh quay được và dễ dàng gửi chúng cho gia đình và bạn bè, cả 2 mặt trên mặt nào cũng hấp dẫn cả. Và nó có đá bỏ tiền ra để mua không? Bạn nghĩ về điều đó một chút và rồi quyết định. Còn bây giờ, hãy thử tưởng tượng về việc dùng tiền thưởng mua một chiếc xe đạp leo núi. Bạn thích chạy xe để tập thể dục, đặc biệt là ở những ngọn đồi bên ngoài thị trấn bạn đang sinh sống. Và nó có phải đáng để bỏ tiền ra mua không? Bạn nghĩ về điều đó một chút và rồi quyết định. Tiếp đến, hãy nghĩ về trường hợp bạn sẽ phải quyết định là sẽ mua máy quay phim kỹ thuật số hay xe đạp leo núi. Mỗi một lựa chọn đều chứa đựng phần lợi (những khía cạnh tích cực mà cái còn lại không có) và phần thiệt (những khía cạnh tích cực lựa chọn này không có nhưng cái kia lại có). Ở chương 3, ta đã thấy người ta có xu hướng cho thấy thể hiện ác cảm đối với phần thiệt. Bị thiệt hại 100 đô la thì cảm nhận rõ hơn thu lợi cùng số

tiền. Điều đó có nghĩa là khi đem so sánh giữa xe đạp leo núi và máy quay phim kỹ thuật số, mỗi cái sẽ phải chịu đựng sự so sánh. Nếu bạn chọn máy quay phim kỹ thuật số, bạn sẽ được phần lợi là chất lượng và sự tiện lợi của việc ghi hình kỹ thuật số nhưng thiệt thòi là sẽ không được tập thể dục tại những vùng xung quanh. Bởi vốn dĩ phần thiệt luôn có ảnh hưởng to lớn hơn phần lợi, phần lợi của chiếc máy quay phim sẽ phần nào giảm đi nếu bạn đem so sánh với chiếc xe đạp leo núi, thay vì chỉ đánh giá riêng một mình chiếc máy quay phim mà thôi. Trường hợp này cũng có thể áp dụng tương tự cho chiếc xe đạp leo núi. Một lần nữa, ví dụ trên lại cho thấy rằng khi phải đưa ra quyết định liên quan tới thỏa hiệp, chúng ta sẽ cảm thấy ít thỏa mãn hơn khi có một lựa chọn khác được đưa vào.

Luận điểm này được xác nhận bởi một nghiên cứu, trong đó người ta được hỏi họ sẽ sẵn lòng đến mức nào để đăng ký mua tạp chí nổi tiếng hoặc các cuộn phim nổi tiếng. Một số khác cũng được

hỏi cùng một câu hỏi về những tạp chí hoặc cuộn phim thuộc cùng một nhóm. Trong hầu hết mọi trường hợp, những tạp chí hoặc cuốn phim được đánh giá riêng lẻ, luôn được đánh giá cao hơn so với khi chúng được đặt trong một tổ hợp hay một nhóm. Khi các tạp chí được đặt trong một nhóm, từng tờ tạp chí đều sẽ bị phơi bày từng mặt lợi và mặt thiệt khi bị đem ra so sánh. Và bởi vì mặt thiệt sẽ gây ra ảnh hưởng lớn hơn mặt lợi, kết quả sau cùng của sự so sánh sẽ mang tính tiêu cực. Nói tóm lại – những lựa chọn chúng ta cân nhắc với các lựa chọn khác thông thường đều phải chịu bị so sánh với các lựa chọn khác.

Thỏa hiệp: sự không thoải mái về tình cảm dẫn đến những quyết định sai lầm

Hầu như ai cũng công nhận rằng suy nghĩ về những thỏa hiệp sẽ dẫn đến những quyết định tốt hơn. Chúng ta muốn bác sỹ của mình cân nhắc những thỏa hiệp trước khi đề nghị phương pháp điều trị. Chúng ta muốn cố vấn đầu tư cẩn trọng xem xét những mặt thỏa hiệp trước khi thống nhất đề xuất đầu tư. Chúng ta muốn các bảng báo cáo người tiêu dùng đánh giá kỹ những mặt thỏa hiệp để giới thiệu mặt hàng cần mua. Chúng ta chỉ không muốn tự mình đánh giá các mặt thỏa hiệp. Và chúng ta không muốn làm điều đó vì một lẽ đó là một quá trình không lấy gì làm dễ chịu khi phải cân nhắc về những phí tổn cơ hội cùng những thiệt hại nó hàm chứa.

Những phí tổn tình cảm của những thỏa hiệp tiềm năng gây ra tác dụng còn lớn hơn cả việc làm nhạt nhòa dần sự thỏa mãn của mỗi người đối với từng quyết định. Không những thế, nó còn ảnh hưởng tới chất lượng của các quyết định đó. Có vô vàn bằng chứng cho rằng những trạng thái tình cảm tiêu cực làm ảnh hưởng đến sự tập trung của mỗi người. Thay vì xem xét mọi khía cạnh của một quyết định,

chúng ta chỉ chăm chăm vào một hay hai khía cạnh đó và có thể không đoái hoài tới những mặt quan trọng khác của quyết định. Tình cảm tiêu cực cũng làm ta mất tập trung, và khiến ta tập trung vào tình cảm hơn là bản thân quyết định đó. Khi những rủi ro phải thỏa hiệp liên quan đến việc đưa ra quyết định tăng cao, tình cảm lại càng có sức nặng hơn và ảnh hưởng nghiêm trọng hơn tới tiến trình đưa ra quyết định.

Các nhà nghiên cứu cho rằng tình cảm tích cực sẽ có tác dụng ngược lại, giúp người ta suy nghĩ tốt hơn. Khi đó, ta sẽ xem xét nhiều khả năng hơn và mở rộng hơn với cả những trường hợp thậm chí khó có khả năng xảy ra với bản thân; chúng ta cũng có thể nhận ra được mối liên hệ tinh tế giữa những thông tin mà ta có thể bỏ lỡ. Những món quà nho nhỏ như một viên kẹo cho bệnh nhân, cũng có thể góp phần làm tăng tính chính xác và nhanh chóng của việc chẩn đoán. Nói gọn lại, tình cảm tích cực cho phép chúng ta mở rộng khả năng hiểu biết đối với những gì gặp phải.

Điều này đã tạo ra sự nghịch lý. Chúng ta có thể suy nghĩ tốt nhất khi tâm trạng thoải mái. Những quyết định phức tạp, liên quan tới nhiều lựa chọn và nhiều khía cạnh (chẳng hạn như tôi nên đảm đương công việc nào?) đòi hỏi khả năng suy luận tốt nhất. Tuy nhiên, chính những quyết định như vậy đã đẩy chúng ta vào những phản ứng tình cảm ảnh hưởng đến khả năng quyết định được đâu là loại suy luận cần thiết.

Phí tổn cơ hội, thỏa hiệp, và lựa chọn bùng nổ

Chúng ta thấy rằng khi số quyền chọn lựa được cân nhắc tăng lên và những đặc tính hấp dẫn đi liền với các quyền chọn lựa bị từ chối tích lũy lại, thì sự thỏa mãn có được từ cái được chọn sẽ giảm đi. Đây là một nguyên nhân rất quan trọng cho thấy tại sao việc thêm các quyền chọn có thể làm tổn hại đến tâm trạng thoải mái của chúng ta. Vì ta không đẩy các quyền chọn bị từ chối ra khỏi tâm trí, nên ta thấy thất vọng khi sự thỏa mãn cùng với các quyết định của mình bị toàn bộ các quyền chọn mà ta đã xem xét nhưng không chọn làm phai mờ đi.

Sau khi cân nhắc những tác dụng tiêu cực và tích lũy này của phí tổn cơ hội, thì chúng ta dễ đi theo lời khuyên là nên bỏ qua toàn bộ các phí tổn cơ hội khi đưa ra quyết định. Nếu phí tổn cơ hội khiến quyết định đó trở nên phức tạp và khiến ta khốn khổ, thì tại sao ta lại suy nghĩ về chúng? Không may là, nếu không biết về sức hấp dẫn của những quyền chọn ấy, ta sẽ rất khó phán đoán được xem một sự đầu tư tiềm năng có tốt hay không. Điều này đúng với việc làm, kỳ nghỉ, quy trình y học hoặc gần như bất kỳ điều gì khác. Một khi ta bắt đầu cân nhắc các quyền chọn, thì vấn đề phí tổn cơ hội rất có khả năng sẽ phát sinh. Hiếm khi chỉ có một quyền chọn rõ ràng là tốt hơn về mọi phương diện so với những cái còn lại. Việc chọn lựa hầu như lúc nào cũng liên quan đến việc từ bỏ điều gì đó có giá trị. Vì vậy việc suy nghĩ về phí tổn cơ hội có thể là một phần quan trọng của quá trình đưa ra quyết định. Bí quyết ở đây là hạn chế nhóm các khả năng để phí tổn cơ hội không tăng lên khiến toàn bộ các quyền chọn không còn hấp dẫn nữa.

Việc nhận thức rõ giá trị của gánh nặng tích lũy do phí tổn cơ hội mang lại, có thể giúp chúng ta hiểu rõ hơn về những gì khám phá được của cuộc nghiên cứu được đề cập trong Chương 1. Trong đó hai nhóm người tham gia hoạt động với nhiều hương vị khác nhau của nhãn hiệu mứt cao cấp tại một bàn để vật mẫu được đặt trong cửa hàng thực phẩm có tiếng. Một số người được giới thiệu 6 loại mẫu mứt trên bàn, trong khi những người khác thấy 24 mẫu. Họ có thể nếm bao nhiêu tùy thích và sau đó được cho một coupon giảm giá 1 đô la cho bất kỳ lọ mứt nào đã mua. Sự trưng bày mẫu lớn

hơn thu hút nhiều khách hàng hơn, nhưng những cá nhân này không thử thêm các loại mứt khác nhau. Đáng lưu ý là khách hàng nào thấy sự trưng bày lớn hơn thì thật sự ít có khả năng mua mứt hơn những người nào thấy sự trưng bày nhỏ hơn và ít có khả năng hơn rất *nhiều.*

Trong một nghiên cứu khác, sinh viên được đề nghị 6 hoặc 30 chủ đề khác nhau để chọn cho bài luận ngoài tín chỉ. Những sinh viên nào được đề nghị 6 chủ đề thì có nhiều khả năng viết luận hơn và viết tốt hơn so với những sinh viên được đề nghị 30 chủ đề.

Trong một nghiên cứu thứ ba, các sinh viên đánh giá 6 hoặc 30 loại chocolate ngon theo sự hấp dẫn bên ngoài của chúng, rồi chọn một loại để nếm thử và đánh giá. Họ sẽ được cho một hộp nhỏ chocolate đó thay vì nhận tiền công cho việc tham gia nghiên cứu này. Những sinh viên nào được thấy 30 loại chocolate thì đưa ra mức đánh giá thấp hơn cho loại chocolate họ nếm và ít có khả năng lấy được hộp chocolate thay cho tiền hơn sau cuộc thử nghiệm, so với nhửng sinh viên nào chỉ được cho thấy 6 loại.

Các kết quả này ngược lại với trực giác. Chắc chắn là bạn có nhiều khả năng tìm thấy cái bạn thích từ một nhóm hai mươi bốn hay ba mươi quyền chọn hơn là từ nhóm sáu quyền chọn. Ở mức độ thấp nhất, những quyền chọn bổ sung chẳng thêm được gì cả, nhưng trong trường hợp đó chúng cũng không lấy đi điều gì cả. Nhưng khi có hai mươi bốn lọ mứt cần được xem xét thì chúng ta dễ tưởng tượng ra là nhiều lọ trong số đó sẽ có các đặc tính hấp dẫn: sự mới lạ, sự ngọt ngào, độ mịn, màu sắc và ai biết được là chúng còn có gì nữa. Khi người chọn tiến đến gần một quyết định, thì những đặc tính hấp dẫn khác nhau của lọ mứt không được chọn có thể tăng lên, khiến lọ mứt được ưa thích trông có vẻ ít đặc biệt hơn. Lọ mứt ấy có thể vẫn là người

chiến thắng cuộc tranh tài này, nhưng “điểm số hấp dẫn” của nó thì không còn đủ cao để đảm bảo ta mua nó. Tương tự, với đề tài luận văn, một số có thể hấp dẫn vì các sinh viên đã biết nhiều về chúng, số khác hấp dẫn vì chúng khêu gợi sự tò mò, số khác thu hút vì chúng liên quan đến cá nhân và còn số khác thì do liên quan đến những ý kiến mà các sinh viên đang thảo luận trong một khóa học khác nên mới hấp dẫn. Nhưng sự hấp dẫn tiềm ẩn của mỗi đề tài sẽ

trừ đi sự hấp dẫn của toàn bộ những đề tài khác. Sai khi làm phép trừ ấy, kết quả tịnh là không có chủ đề nào sẽ đủ hấp dẫn để khắc phục được quán tính và khiến sinh viên ngồi xuống máy xử lý văn bản. Nếu anh ta ngồi xuống thì khi cố viết về đề tài đã chọn, anh ta có thể bị làm cho xao lãng bởi chính đề tài hấp dẫn khác đã bị chối bỏ. Nó có thể ngăn anh ta suy nghĩ rõ ràng. Hoặc có thể cảm giác tiêu cực phát sinh từ việc phải cân nhắc thỏa hiệp sẽ làm hạn hẹp suy nghĩ của anh ta. Theo cả hai cách ấy, chất lượng của bài luận sẽ bị ảnh hưởng.

Cách đây vài năm, khi cùng vợ đến Paris để nghỉ cuối tuần dài ngày, tôi đã gặp phải một chuyện mà tôi không thể hiểu được cho đến khi bắt đầu viế chương này. Chúng tôi rời Luân Đôn vào một buổi chiều đầy nắng tuyệt đẹp. Chúng tôi đi bộ thư giãn dọc theo một trong những đại lộ lớn của thành phố này và tìm một nợi để dùng bữa trưa đã được dự tính nhiều. Tại mỗi nhà hàng chúng tôi nghiên cứu thực đơn được dán bên ngoài. Nơi đầu tiên chúng tôi thấy có tất cả những món hấp dẫn, và tôi gần như sẵn sàng dừng lại nơi ấy. Nhưng làm thế nào chúng tôi có thể ở Paris và đi ngay vào nhà hàng đầu tiên chúng tôi gặp? Vì vậy chúng tôi tiếp tục đi và tìm thêm nhà hàng khác. Và nhà hàng khác. Và nhà hàng khác nữa. Gần như mọi nơi chúng tôi thấy đều có vẻ tuyệt vời. Nhưng sau khoảng 1 giờ, và một tá thực đơn tôi thấy mình đang mất đi sự thèm ăn. Các nhà hàng chúng tôi gặp phải dường như ngày càng mất đi sự hấp dẫn. Sau gần một giờ, tôi đáng lẽ phải thật sự hạnh phúc khi hoàn toàn bỏ qua bữa trưa.

Tôi có vẻ như đã khám phá ra một phương pháp ăn kiêng tuyệt vời – thỏa mãn bằng cách giả vờ. Bạn chỉ tưởng tượng bản thân mình đang ăn những món ăn yêu thích và sau khi đã tưởng tượng đủ về chúng, thì bạn bắt đầu thấy no. Cuối cùng, đến lúc ngồi xuống và ăn thì bạn không còn thèm ăn nhiều nữa. Thực tế, điều đang xảy ra chính là sự tích tụ phí tổn cơ hội. Khi gặp phải một quyền chọn hấp dẫn sau cái khác, thì mỗi quyền chọn mới thật sự làm giảm đi sự hứng thú tiềm ẩn mà tôi cảm thấy sau khi lựa chọn. Vào cuối giờ thì không còn sự hứng thú nào nữa.

Rõ ràng là phí tổn cơ hội tích tụ của việc thêm quyền chọn vào nhóm quyền chọn của một người có thể làm giảm đi sự thỏa mãn.

Nó thậm chí có thể khiến một

người trở nên khốn khổ. Nhưng tôi nghĩ có một lý do nữa cho sự tụt giảm này, một lý do mà tôi có thể minh họa bằng ví dụ sau đây: Gần đây tôi sống tại Swarthmore, bang Pennsylvania, một khu vực ngoại ô xinh đẹp có ngôi trường cao đẳng mà tôi đang dạy. Nhiều người muốn có được khu vực này. Nó có màu xanh phủ dày với nhiều cây cổ thụ lớn và vĩ đại. Nó bình yên và tĩnh lặng. Nó an toàn. Trường học lại tốt. Tôi có thể đi bộ đến trường. Tóm lại, đó là một nơi tốt để bạn sinh sống. Nhưng một điều khiến nhiều người quyết định không muốn có khu vực này là do nó không có cửa hàng video tốt. Chỉ có một chi nhánh của chuỗi cửa hàng quốc gia và dù chào bán 1 triệu bản phim ăn khách mới nhất, thì tiền lời khá ít ở các phim ít mang tính thương mại hơn hoặc cũ hơn. Còn tiền lời giữa các phim được làm bằng một ngôn ngữ ngoài tiếng Anh thì gần như là không có. Điều này gây ra một khó khăn cho tôi, đặc biệt khi tôi phải là người chọn phim mà gia đình hay bạn bè tôi muốn xem cùng nhau.

Việc chọn phim cho người khác không phải là hoạt động ưa thích của tôi (có lẽ bạn sẽ nhớ nó là một trong những câu hỏi theo Cân Phóng Đại mà tôi đã cho bạn thấy ở Chương 4). Việc chọn phim nào khiến mọi người ngạc nhiên và thích thú sẽ chịu áp lực. Trong khu vực của tôi, nó đã trở thành điều gì đó của một trò chơi khi lấy sự lựa chọn không hay và người chịu trách nhiệm về nó làm trò đùa. Mặt khác, những lời bình phẩm ở nhà cũng chỉ là nói đùa. Quan trọng hơn, ngay cả khi nghiêm túc thì họ vẫn nhận thức đầy đủ rằng các lựa chọn tại cửa hàng video địa phương không phong phú lắm. Vì vậy, ở Swarthmore, không người nào trông chờ nhiều và không người nào bắt lỗi người chọn một cách nghiêm túc về bất kỳ cái gì anh ta mang về nhà.

Sau đó tôi chuyển đến trung tâm khu buôn bán Philadelphia. Ba tầng lầu trong tòa nhà tôi là của hàng video có đủ mọi thứ. Các phim thuộc mọi vùng, mọi thể loại, mọi quốc gia. Vậy thì hiện giờ điều gì sẽ mất đi khi tôi đến thuê băng video cho nhóm tôi? Bây giờ ai sẽ là người có lỗi nếu tôi mang về phim gì đó mà mọi người xem là mất thời gian? Bây giờ nó không còn là sự phản ánh chất lượng của cửa hàng đó nữa. Nó là sự phản ánh thị hiếu của tôi. Vì vậy việc có

quyền chọn hấp dẫn có nghĩa là không còn lý do nào ho sự thất bại nữa. Trách nhiệm đối với sự lựa chọn dở sẽ hoàn toàn thuộc về tôi và những gì đặt cược liên quan đến sự lựa chọn video của tôi lại tăng lên.

Ngay cả những quyết định nhỏ nhặt như việc thuê băng video cũng trở nên quan trọng, nếu chúng ta tin rằng những quyết định này đang tiết lộ điều gì đó quan trọn về bản thân chúng ta.

Những sự lựa chọn và các lý do

Khi số đặt cược của các quyết định tăng lên, chúng ta càng cảm thấy cần chứng minh những quyết định ấy. Ta thấy buộc phải nói rõ ràng – ít nhất là với bản thân – tại sao ta đưa ra một sự lựa chọn cụ thể như thế. Nhu cầu tìm kiếm lý do này có vẻ hữu dụng; nó sẽ nâng cao chất lượng cho sự lựa chọn của chúng ta. Nhưng nó không nhất thiết phải làm được điều đó.

Có vẻ như mọi sự chọn lựa đều cần lý do, nhưng vài nghiên cứu gần đây cho rằng kiểu đưa ra quyết định đơn giản và thẳng thắn này không phải lúc nào cũng chính xác. Trong một nghiên cứu ấy, những người tham gia được yêu cầu nếm và xếp hạng 5 loại mứt khác nhau. Một nhóm không được hướng dẫn. Nhóm thứ hai được bảo là suy nghĩ lý do khi đang xác định thứ tự xếp hạng của mình. Sau khi nếm, các nhà nghiên cứu so sánh bảng xếp hạng của những người tham gia với bảng xếp hạng của các chuyên gia đã xuất bản trong *Các báo cáo Người tiêu dùng*. Điều mà các nhà nghiê cứu tìm ra là những người tham gia nào không được hướng dẫn sẽ cho bảng xếp hạng gần giống với các chuyên gia hơn những người tham gia được hướng dẫn là phải suy nghĩ lý do. Dù kết quả này không nhất thiết cho thấy rằng việc suy nghĩ lý do cho các quyết định khiến chúng tệ hơn, nhưng nó thật sự cho thấy rằng việc suy nghĩ lý do có thể thay đổi quyết định. Điều này ngụ ý rằng con người không phải lúc nào cũng suy nghĩ trước tiên và quyết định thứ hai.

Trong một nghiên cứu khác, sinh viên được yêu cầu đánh giá 5 áp phích thuộc loại như thế thường được dùng để trang trí ký túc xá. Hai bức là tranh mỹ thuật của hai danh họa, một của Monet và một của Van Gogh. Ba bức còn lại là những tranh biếm họa hoặc ảnh động vật có kèm chú thích. Kiểm tra trước cho thấy hầu hết các sinh viên đều thích tranh Monet và Van Gogh hơn là những bức tranh hoạt hình động vật rực rỡ nhưng không mấy giá trị. Trong nghiên cứu này, một nửa sinh viên được yêu cầu viết một bài luận ngắn giải thích tại sao họ thích hoặc không thích một trong số các bức tranh. Họ được đảm bảo rằng không ai khác được đọc bài luận của họ. Những sinh viên còn lại thì không được yêu cầu làm như thế. Sau đó cả nhóm sinh viên sẽ xếp hạng các tấm áp phích. Ngoài ra, khi cuộc nghiên cứu đã xong, họ có quyền đem về nhà một trong số các

bức tranh đó. Bản sao của những tấm áp phích đã được cuộn lại, mặt trắng lộn ra ngoài để các sinh viên không phải lo bị người khác đánh giá về gu thẩm mỹ của mình. Vài tuần sau, mỗi sinh viên tham gia nghiên cứu nhận được một cú điện thoại. Họ được hỏi có hài lòng với tấm áp phích không và hài lòng như thế nào. Họ có còn giữ tấm áp phích đó không? Có treo nó trên tường

không? Họ có định đem áp phích theo khi về nghỉ hè không? Họ có chịu bán áp phích của mình không?

Đặc điểm thú vị đầu tiên của nghiên cứu này đó là người được yêu cầu viết suy nghĩ của mình về những bức tranh cho biết, họ thích những bức tranh hoạt hình vui nhộn hơn là những bức tranh nghệ thuật. Ngược lại, những người không được yêu cầu viết ra thì lại bảo họ thích tranh nghệ thuật hơn. Khi những người này được yêu cầu nêu lý do thì dường như các lý do của họ lại cho thấy họ thích điều ngược lại. Cũng với hiệu ứng này, những người tham gia nghiên cứu được yêu cầu viết ra lý do thì dường như họ có vẻ thích chọn bức tranh vui nhộn để đem về nhà hơn là những người không đưa ra lý do. Nhưng quan trọng hơn hết, trong cuộc điện thoại sau đó, những người tham gia đã viết ra lý di thì dường như ít hài lòng hơn với tấm áp phích mà họ đã chọn so với những người không nêu lý do. Những người này cũng ít có khả năng giữ lại tấm áp phích hơn, hoặc treo nó lên, hoặc muốn đem nó về nhà và muốn bán nó hơn.

Nghiên cứu này cho thấy rằng khi mọi người được yêu cầu cho biết lý do về những điều họ thích thì họ khó tìm ra lời diễn đạt. Đôi khi người ta thường dễ diễn đạt những khía cạnh không phải là quyết định nhất đối với cảm giác chung của họ. Mọi người ít gặp khó khăn hơn khi phải diễn đạt tại sao tấm áp phích kia vui nhộn hơn các tấm khác, so với việc phải giải thích tại sao tranh Van Gogh lại đẹp hơn tranh Monet. Vì thế họ chộp lấy những gì họ có thể diễn đạt được, và xem điều đó là điều cơ bản quyết định ý thích của mình. Nhưng khi lời nói được nói ra thì những lời nói này càng làm cho người nói ra chúng trở nên quan trọng hơn. Khi đưa ra quyết định thì những lý do rõ ràng, có thể diễn đạt được lại có trọng lượng hơn so với những lý do mơ hồ. Khi thời gian qua đi, những lý do mà con người đã nói ra chỉ trở thành tấm nền, và con người lại có những ý

thích không thể giải thích được bằng lời, mà những ý thích này có thể đã khiến họ chọn một áp phích khác chứ không phải cái mà họ mang về. Khi sự nổi bật của những lý do nói được bằng lời mờ dần thì con người cũng không còn cảm thấy hài lòng với quyết định mình đã chọn.

Trong một ví dụ cuối cùng, một số các đôi sinh viên yêu nhau đã được mời tham gia một nghiên cứu về hiệu lực của mối quan hệ lãng mạn trong môi trường đại học. Sau nghiên cứu đầu tiên được thực hiện trong phòng thí nghiệm, thì những người tham gia đã được yêu cầu trả lời một bản câu hỏi về mối quan hệ của họ mỗi tuần trong bốn tuần. Ở phần nghiên cứu trong phòng thí nghiệm, một nửa những người tham gia được yêu cầu điền vào một trang phân thích các lý do tại sao mối quan hệ của họ lại như hiện giờ. Nửa còn lại điền vào một trang giải thích tại sao họ

lại chọn người kia. Bạn cũng có thể đoán được rằng việc viết về mối quan hệ của họ đã làm cho họ thay đổi thái độ về chính mối quan hệ đó. Đối với một số người, thái độ của họ trở nên tích cực hơn, còn một số người khác thì trở nên tiêu cực hơn. Dù tích cực hay tiêu cực thì thái độ của họ cũng thay đổi. Một lần nữa, lý do ở đây có thể là những gì có thể giải thích được bằng lời không hẳn là những gì quan trọng nhất. Nhưng một khi mối quan hệ đã được diễn đạt thành lời thì những lời nói này bỗng có trọng lượng hơn đối với người nói.

Một quan điểm tích cực từ kết quả cuối cùng này đó là quá trình phân tích một mối quan hệ thực sự đã khiến người ta nhìn vào bên trong, nhờ đó chúng ta hiểu được bản chất thật của mối quan hệ của mình. Nhưng kết quả lại là ngược lại so với điểm tích cực trên. Khi so sánh các sinh viên được yêu cầu nêu lý do và các sinh viên không được yêu cầu nêu lý do, các nhà nghiên cứu thấy rằng những thái độ không được phân tích lại là điều dự báo tốt hơn cho mối quan hệ nào đó so với thái độ được phân tích. Những người được yêu cầu nêu lý do và thể hiện thái độ tích cực đối với mối quan hệ của mình thì không chắc vẫn còn duy trì mối quan hệ đó trong 6 tháng tiếp theo. Cũng như trong nghiên cứu với các tấm áp phích, việc đưa ra lý do có thể biến những cân nhắc không quan trọng

thành quan trọng tạm thời và cho ra một cách đánh giá ít chính xác hơn về việc họ thực sự cảm thấy như thế nào.

Khi nêu ra những quan điểm trên tôi không có ý nói rằng, chúng ta đừng nên suy xét các lý do hoặc những khía cạnh khác nhau khi đưa ra quyết định. Những gì tôi muốn nói ở đây đó là luôn có những điều không ngờ tới đối với quyết định của chúng ta, dù cho đã có phân tích. Dựa trên nghiên cứu về sự thỏa hiệp và việc luyến tiếc các túy chọn đã bỏ qua, vấn đề tôi muốn nói ở đây là khi số lựa chọn tăng thì những đánh giá của chúng ta đối với các lựa chọn đó trước khi quyết định cũng phải tăng. Cho dù chúng ta có cấ gắng tìm ra thật nhiều lý do để khiến lựa chọn của chúng ta lúc này là đúng, nhưng những lựa chọn này sẽ không phải lúc nào cũng đúng sau này.

Tôi có may mắn được giảng dạy tại một trường đại học có một số sinh viên tài năng nhất thế giới theo học. Trong khi sinh viên các trường khác thì rất vui khi tìm được một môn học mà các em không chỉ thích học mà còn giúp các em kiếm sống sau này, thì các sinh viên trường tôi lại có nhiều sở thích và khả năng. Những sinh viên phải quyết định mình sẽ tập trung vào thứ nào mà mình thích làm hơn cả. Những sinh viên này không bị giới hạn về vấn đề tài năng hay năng lực nên thế giới mở rộng đối với các em. Nhưng liệu các em có hân hoan với cơ hội này của mình không? Không phải em nào mà tôi nói chuyện cũng cảm thấy như thế. Thay vào đó

các em lại trăn trở việc lựa chọn giữa kiếm tiền và làm điều gì đó có lợi ích cho xã hội lâu dài, giữa việc tận dụng những tri thức các em có được hay thực hiện những việc sáng tạo nhất thời, giữa việc chỉ nên chú tâm hoàn toàn cho công việc hay làm việc sao đó để có cuộc sống cân bằng, giữa việc chọn lựa nơi làm việc trong một thành phố xô bồ, giữa việc học tiếp hay đi làm. Đối với những câu hỏi quan trọng như thế này thì các em cố gắng tìm ra lý do để đưa ra một quyết định sáng suốt nhất.

Ngoài ra còn những yếu tố khác mang tính linh động như gia đình, bạn bè, và người yêu nên sinh viên của tôi cũng không thể áp đặt người khác để giới hạn lại các lựa chọn của mình. Những người thân sống ở đâu và những sinh viên này muốn ở gần họ cỡ nào là những yếu tố mà các em phải xét đến khi đưa ra quyết định. Những

yếu tố này chính là các thỏa hiệp nằm ngoài bản thân công việc mà các em định chọn. Mọi thứ đều có thể và thứ nào cũng có thể chọn được. Mỗi lựa chọn mà các em cân nhắc đều có những điểm hấp dẫn của nó, vì vậy càng có nhiều cơ hội được tính đến với những lựa chọn hấp dẫn đó, càng làm cho quá trình đưa ra quyết định trở nên khó khăn. Các em tự hỏi các em nên làm điều gì mới đúng? Làm thế nào để biết được điều đó?

Chương này đã cho thấy những quyết định như thế này tạo ra sự khó chịu và khó dứt khoát. Những sinh viên này cứ từ từ, làm những công việc lặt vặt, đi thực tập hy vọng rằng những việc đó sẽ giúp họ tìm được câu trả lời "tôi sẽ như thế nào khi trưởng thành?". Đối với nhiều sinh viên, câu hỏi "bạn sẽ làm gì khi tốt nghiệp" là một câu hỏi không mấy dễ chịu, nói chi là tìm ra câu trả lời. Khó tránh khỏi kết luận rằng giá mà sinh viên của tôi ít tài năng đi một chút hoặc ít gắn bó với gia đình đi để đừng lúc nào cũng nghĩ rằng phải định cư gần người thân của mình, hoặc thậm chí là một ít tư tưởng cầu an để có thể chọn một công việc an toàn và vui thú với nó. Khi có ít lựa chọn và nhiều giới hạn hơn thì nhiều thỏa hiệp sẽ được giảm đi, và con người sẽ ít phải nghi ngờ, ít phải bỏ nỗ lực để xem xét đưa ra quyết định, để cảm thấy hài lòng hơn, không phải suy nghĩ quá nhiều về quyết định mình đã đưa ra.

Sự mệt mỏi về tinh thần và sự trì trệ do có quá nhiều lựa chọn đã được trình bày trong cuốn sách: *Khủng hoảng ở ¼ cuộc đời: những thách thức duy nhất đối với tuổi hai mươi.* Thông qua các cuộc phỏng vấn, cuốn sách đã nêu được những nghi ngờ và nuối tiếc mà những thanh niên thành đạt thường hay mắc phải. Không có tính ổn định, không có sự chắc chắn và không dự đoán được tương lai. Ngờ vực bản thân. Những điều này khiến con người khó ổn định cuộc sống hơn.

Số liệu thống kê toàn quốc đã khẳng định những điều nêu trong sách. Cả đàn ông và phụ nữ đều kết hôn muộn hơn 5 năm so với thế hệ trước. Còn điều gì dễ gây

đắn đo hơn là việc lựa chọn bạn đời và đánh mất cơ hội được trải nghiệm những điều thú vị từ những người ta tìm hiểu? Cũng so với thế hệ trước, thế hệ bây giờ gắn bó với một chỗ làm ít hơn gần một nửa. Cho dù trì hoãn việc kết hôn và tránh cam kết gắn bó với

một chỗ làm nào đó có thể cho con người thêm nhiều cơ hội tự khám phá, nhưng chính sự tự do và tự khám phá này dường như càng làm cho người ta lạc lối hơn là tìm được hướng đi đúng. Một người tham gia nghiên cứu nói rằng “vấn đề của việc có quá nhiều lựa chọn là ở chỗ bạn phải chịu trách nhiệm với những gì xảy đến với mình.”

Tại sao lựa chọn lại khó khăn đến vậy?

Trong lịch sử loài người, con người thường không phải đối mặt với quá nhiều lựa chọn và nhiều cơ hội mở ra. Thay vì hỏi "tôi nên chọn A hay B hay C…?" thì họ lại thường hỏi "tôi có nên chọn nó hay không?" trong một thế giới có sự khan hiếm, thì cơ hội không tự nó xuất hiện hàng loạt, và những quyết định mà con người phải đối mặt đó là tiến đến hay tránh đi, chấp nhận hay từ chối. Chúng ta có thể thấy rằng khả năng phán đoán tốt vấn đề – cái gì là tốt cái gì là xấu – là một yếu tố sống còn. Nhưng phân biệt giữa tốt và xấu thì dễ hơn rất nhiều so với việc phải chọn được cái nào là tốt, cái nào là tốt hơn và cái nào là tốt nhất. Sau hàng triệu năm sống sót nhờ những phân biệt có tính chất đơn giản, có vẻ như loài người chúng ta chưa được chuẩn bị về mặt sinh học để đối mặt với nhiều lựa chọn trong thế giới hiện đại.

Nhà tâm lý học Susan Sugarman đã chỉ ra rằng lịch sử ở dạng ngắn gọn của loài người chúng ta được thể hiện khi trong thời kỳ phát triển của trẻ nhỏ: Em bé không phải lựa chọn nhiều. Chúng chỉ chấp nhận hoặc từ chối những gì được đưa đến cho chúng. Đối với những đứa bé mới biết đi cũng thế. Cha mẹ hỏi những câu như "Con có muốn uống nước trái cây không?", "con có thích đi chơi công viên không?", "con có muốn đi xuống dốc không?" và đứa bé trả lời có hoặc không. Sau đó, khi đứa trẻ đã có được một chút khả năng về ngôn ngữ thì cha mẹ lại bắt đầu hỏi "con có thích uống nước táo hay nước cam?", "con muốn đi công viên hay đi bơi?", "con muốn trượt xuống cái dốc hay ngồi trên đu quay?". Lúc này thì đứa trẻ không còn chỉ trả lời có hoặc không. Một người mẹ miêu tả sự "khổ sở" của đứa con 5 tuổi như thế này:

Tôi đã thấy rằng đôi khi con trai tôi gặp khó khăn khi phải ra quyết định loại bỏ bớt cái gì đó. Tôi ý thức được rằng con tôi phải làm điều đó và có cảm giác mất mát. Việc chọn một thứ gì đó trong hai thứ đồng nghĩa với việc thứ kia bị mất đi. Sau cùng thì việc đưa ra quyết định có gì đó giảm bớt niềm vui của chúng ta khi có được thứ gì đó, mặc dù khi đã ra được quyết định cũng là

một sự thở phào nhẹ nhõm. Tôi đã chú ý con tôi giống được giải thoát như thế nào, như thể nó đã bị đóng băng khi cứ phải chần chừ

không dứt khoát. Thực sự con tôi không thể quyết định được nếu không được gợi ý. Gần đây nhất tôi cũng đã thấy như vậy khi nó phải lựa chọn những cây kem que nhiều màu sắc.

Chúng ta đều ý thức được rằng trưởng thành đồng nghĩa với việc phải đưa ra lựa chọn và bỏ qua những lựa chọn khác. Nhưng lịch sử tiến hóa của chúng ta cho thấy đây là một bài học khó. Học cách lựa chọn đúng là rất khó. Học cách lựa chọn sáng suốt lại càng khó hơn. Và học cách để lựa chọn sáng suốt trong một thế giới có vô số lựa chọn thì càng khó, thậm chí là quá khó.

Quyết định có thể thay đổi: một giải pháp ảo tưởng dành cho vấn đề lựa chọn

Cái này có trả lại được không?", "tôi có rút tiền cọc lại được không?", những câu hỏi kiểu này thường giải quyết được nhiều vấn đề bị chọn sai, ít nhất là tạm thời. Khi chúng ta biết rằng mình đã quyết định sai và có thể thay đổi quyết định, thì sự thỏa hiệp sẽ giúp chúng ta ít chịu thiệt hại nhất và những tùy chọn mà chúng bỏ qua trước đó sẽ trở thành cứu cánh. Thực sự là chúng ta sẽ sẵn sàng bỏ qua một khoản phí bảo hiểm để phòng khi chúng tat hay đổi quyết định. Thường thì chúng ta ra quyết định giống như việc đi mua đồ vậy (không cho đổi hoặc trả) và trả tiền cho đồ chúng ta mua ngay lập tức. Có lẽ một trong những lý do khiến việc ra quyết định trở nên khó khăn đến vậy, đó là do chúng ta không thay đổi quyết định đó được. Hôn nhân không đi kèm với bảo đảm hoàn lại tiền, sự nghiệp cũng vậy. Thay đổi quyết định đối với hai việc đó thường khiến chúng ta phải trả giá đắt về thời gian, năng lượng, tình cảm và tiền bạc.

Vì thế có vẻ như nên khuyên mọi người hãy đưa ra những quyết định có thể thay đổi được và sai lầm mà họ gây ra có thể sửa chữa được. Cánh cửa vẫn mở. Tài khoản vẫn sử dụng được. Đưa ra quyết định dù lớn hay nhỏ với thái độ như thế này sẽ giảm bớt căng thẳng và những cảm xúc tiêu cực mà chúng ta đã nghiên cứu.

Đúng, nhưng vẫn phải trả một cái giá nào đó. Một loạt các nghiên cứu gần đây đã đưa ra cho một nhóm người một quyết định có thể thay đổi được và một nhóm khác một quyết định không thay đổi được. Ở trường hợp thứ nhất, người tham gia chọn ra một tấm ảnh từ một bộ ảnh đen trắng gồm từ 8 đến 10 tấm mà họ đã chụp trong một khóa học nhiếp ảnh. Ở nhóm kia, người tham gia được yêu cầu chọn một tấm áp phích nhỏ từ một bộ các áp phích in bản tranh nghệ thuật. Nghiên cứu cho thấy những người tham gia dù được phép thay đổi quyết định nhưng thực sự hầu như không ai làm vậy. Còn những người có ý định sau này sẽ thay đổi quyết định thì lại

cảm thấy ít hài lòng hơn với lựa chọn của mình so với những người được yêu cầu đưa ra quyết định không thay đổi được. Và có lẽ quan trọng nhất là những người tham gia không biết rằng chính ý

nghĩ mình được thay đổi quyết định sẽ ảnh hưởng đến sự hài lòng của họ đối với những thứ mà họ chọn.

Vì thế nếu quyết định để rồi sẽ có lúc thay đổi quyết định đó dường như cũng khiến chúng ta phải trả một giá nào đó về tâm lý. Khi chúng ta được thay đổi quyết định thì dĩ nhiên chúng ta sẽ dành ít tâm trí hơn để cân nhắc quyết định của mình. Và có lẽ chúng ta cũng mất ít nỗ lực hơn để không suy nghĩ nhiều về những lựa chọn mà chúng ta đã bỏ qua.

Sau cùng, nếu bạn bỏ một khoản tiền cọc không thể hoàn lại để mua một căn nhà ở vườn nho Martha thì bạn sẽ chú trọng đến vẻ đẹp bãi biển và những cồn cát. Tuy nhiên nếu tiền cọc của bạn có thể được hoàn lại và cánh cửa vẫn đang mở thì bạn có thể còn tiếp tục cân nhắc việc mua một nơi ẩn náu trong rừng rậm ở Costa Rica. Bãi biển và những cồn cát cũng không đẹp hơn trong mắt bạn, mà ngôi nhà trong rừng rậm cũng không kém hấp dẫn hơn.

Hoặc đối với những trường hợp có "tiền cọc" lớn hơn như hôn nhân chẳng hạn, điểm khác biệt giữa những người xem hôn thú là một điều gì thiêng liêng và không thể phá vỡ và những người xem hôn thú như những sự thỏa hiệp mà có thể thay đổi nếu hai người đồng thuận. Chúng ta có thể nghĩ rằng những người xem hôn nhân là sự cam kết không thể thay đổi được thường là những người dành nhiều tâm trí hơn cho quyết định của mình để làm sao quyết định đó có thể khiến họ hài lòng hơn là những người xem quyết định hôn nhân thoải mái hơn. Vì vậy, những người có hôn nhân không thể thay đổi có thể hài lòng hơn với cuộc sống hôn nhân của mình so với những người thay đổi. Khi chúng ta thấy những cuộc hôn nhân tan vỡ, chúng ta có thể ngẫm lại mình, và cho rằng thật may khi những cặp vợ chồng đó có một thái độ thoải mái với cam kết hôn nhân, cho dù cam kết đó không hiệu quả. Chúng ta hầu như không cho rằng thái độ linh hoạt là đóng một vai trò nào đó khi hôn nhân thất bại.

Cơ hội, Phí tổn cơ hội, và Người cầu toàn

Không ai thích đưa ra thỏa hiệp. Không ai thích nhìn phí tổn cơ hội gia tăng. Nhưng vấn đề của thỏa hiệp và phí tổn cơ hội sẽ làm ảnh hưởng tới người tri túc. Hãy nhớ rằng loại người này chỉ tìm kiếm một cái gì vừa đủ mà thôi chứ không phải cái tốt nhất. “Vừa đủ” có thể vượt qua được suy nghĩ về phí tổn cơ hội. Thay vào đó, chuẩn “vừa đủ” sẽ làm cho người tri túc bớt tìm tòi, bớt đòi hỏi ở những lựa chọn

hơn là người cầu toàn, và do vậy họ sẽ có ít phí tổn cơ hội hơn. Cuối cùng, người tri túc ít có khả năng nghĩ về một thế giới hoàn hảo chỉ có trong giả định.

Với những lý do đó, việc phải tiến hành thỏa hiệp thực sự khó khăn cho người cầu toàn, và cộng với phí tổn cơ hội, tôi tin rằng đây chính là những yếu tố làm cho cuộc sống của những người cầu toàn bớt hạnh phúc, bớt thỏa mãn, và dễ bị trầm cảm hơn người tri túc.

CHƯƠNG 7.
“GIÁ MÀ…”: VẤN ĐỀ CỦA SỰ HỐI TIẾC

Bất cứ khi nào bạn đưa ra một quyết định không mang lại hiệu quả như mong

muốn hoặc đối với một lựa chọn đáng lý ra còn có thể làm được nhiều hơn thế, bạn sẽ trở thành một nạn nhân của sự hối tiếc.

Cách đây vài tháng, hai vợ chồng tôi đặt mua một chiếc ghế làm việc công nghệ cao qua một cuộc đấu giá trên mạng eBay. Chẳng có chiếc ghế nào được giao và phi vụ mua bán này chỉ là trò lừa đảo. Chúng tôi, cùng một số người khác, mất một khoản tiền. Lần lượt hai vợ chồng tôi hỏi nhau: “Làm sao mình có thể ngốc nghếch đến thế?”. Có phải chúng tôi hối tiếc vì đã bị lừa. Chắc chắn là thế.

Đây chính là hối tiếc hậu quyết định. Tức là, hối tiếc xảy ra sau khi chúng ta đã trải nghiệm kết quả từ quyết định của chính mình. Nhưng cũng có cái gọi là hối tiếc được dự báo trước, manh nha chờ gây hậu quả ngay trước khi quyết định được đưa ra.

Hối tiếc hậu quyết định thỉnh thoảng được đề cập tới như “nỗi ăn năn của người mua”. Sau một quyết định mua hàng, chúng ta bắt đầu có những suy nghĩ tiếp theo, tự thuyết phục mình chối bỏ những lựa chọn khác thực ra tốt hơn cái chúng ta chọn, hoặc tưởng tượng rằng vẫn còn những lựa chọn khác tốt hơn mà ta chưa khám phá hết. Cảm giác đắng cay khi hối tiếc làm giảm đi sự thỏa mãn chúng ta có được, cho dù sự hối tiếc đó có được biện minh đi chăng nữa. Hối tiếc được báo trước chỉ làm cho tình hình tồi tệ thêm, bởi vì nó sẽ mang lại không chỉ sự bất mãn mà còn cả cảm giác trì trệ. Nếu một người nào đó tự yêu cầu mình mua một căn nhà chỉ để khám phá ra một căn khác tốt hơn vào tuần tới, cô ta sẽ không mua nó.

Cả 2 loại hối tiếc – dự báo trước và hậu quyết định – sẽ làm tăng những rủi ro tình cảm của quyết định. Hối tiếc dự báo trước càng làm cho việc đưa ra quyết định khó khăn hơn và hối tiếc hậu quyết

định sẽ làm mất cảm hứng tận hưởng thành quả do quyết định đó mang lại.

Không phải cá nhân nào cũng dễ hối tiếc như nhau. Nhớ lại trường hợp tôi và đồng nghiệp đánh giá những khác biệt cá nhân khi hối tiếc, chúng tôi nhận ra rằng những ai có điểm số hối tiếc cao thường ít hạnh phúc, ít hài lòng, ít lạc quan và có xu hướng trở thành những người cầu toàn. Thực sự, chính những nỗi lo về hối tiếc là nguyên nhân mấu chốt khiến cho một người trở thành cầu toàn. Cách duy nhất để

một người không cảm thấy hối tiếc về quyết định của chính mình là phải làm sao tận dụng cho được quyết định tốt nhất có thể. Vì vậy, về phương diện tâm lý, hối tiếc ảnh hưởng xấu đến con người. Và lại một lần nữa, khi bạn càng có nhiều lựa chọn, càng có nhiều khả năng bạn sẽ phải hối tiếc.

Mặc dù có những khác biệt giữa các cá nhân về mức độ nhạy cảm hối tiếc, một số tình huống sau đây có nhiều khả năng gây ra sự hối tiếc:

Xu hướng bỏ lỡ

Một nghiên cứu trình bày trường hợp sau với những người được phỏng vấn:

Ông Paul có cổ phần tại công ty A. Trong năm qua ông này có ý định chuyển sang mua cổ phần ở công ty B, nhưng đã quyết định không làm. Giờ đây, ông Paul nhận ra lẽ ra mình có thể lãi 1.200 đô la nếu như chuyển sang mua cổ phần tại công ty B.

Ông George có cổ phần tại công ty B. Trong năm qua ông này chuyển sang mua cổ phần tại công ty A. Giờ đây, ông George nhận ra rằng lẽ ra mình có thể lãi 1.200 đô la nếu như giữ cổ phần tại công ty B.

Giữa 2 người, ai hối tiếc nhiều hơn?

Vì rằng cả hai ông A và B đều có cổ phần tại công ty A và có thể giàu hơn

1.200 đô la nếu như sở hữu cổ phần tại công ty B, nên cả hai người có vẻ như ở trong cùng một hoàn cảnh.

Nhưng 92% người được phỏng vấn cho rằng ông George sẽ thất vọng hơn. Điểm khác biệt mấu chốt ở sự hối tiếc giữa hai người là ông George hối tiếc về chuyện mình đã làm (chuyển sang mua cổ phần ở công ty A), trong khi ông Paul chỉ hối tiếc về một chuyện mình không làm (mua cổ phiếu ở công ty B). Hầu hết mọi người trong chúng ta đều có một trực giác rằng chúng ta hối tiếc cho những hành động đã làm mà không mang lại hiệu quả như mong muốn, hơn là hối tiếc vì những hành động đán ra nên làm vì có thể mang lại kết quả tốt hơn. Trường hợp này thỉnh thoảng được đề cập tới như là một xu hướng bỏ lỡ, một xu hướng xem nhẹ việc không hành động khi chúng ta đánh giá các hệ quả từ chính quyết định của mình.

Tuy vậy, những bằng chứng gần đây cho thấy việc tiến hành một hành động khôn phải lúc nào cũng rõ ràng hơn việc bỏ lỡ nó. Khi được hỏi hối tiếc gì nhất trong vòng 6 tháng trở lại đây, người ta thường đề cập tới những hành động không như mong đợi. Nhưng nếu đem câu hỏi đó áp dụng cho khoảng thời gian cả một đời, con

người có xu hướng nói tới những việc không thể làm hơn. Và vì thế, nó cho thấy

rằng khía cạnh tâm lý vẫn có ảnh hưởng tới từng quyết định của chúng ta, và khi thời gian trôi qua, sự hối tiếc về những gì ta không thể làm ngày một lớn hơn.

Ngưỡng gần

Khía cạnh thứ hai ảnh hưởng đến sự hối tiếc chính là việc chúng ta đã đến gần với việc đạt được kết quả mong muốn như thế nào. Hãy xem xét ví dụ sau:

Ông Crane và ông Tees dự tính sẽ đến sân bay cùng lúc để đi những chuyến bay khác nhau. Họ đi trên cùng một chiếc xe chuyên chở và bị kẹt xe. Cả hai cùng đến sân bay trễ hơn 30 phút so với lịch bay. Ông Crane được cho biết chuyến bay của ông xuất phát đúng giờ, trong khi chuyến bay của ông Tees chỉ mới cất cánh cách đây 5 phút.

Trong 2 người, ai sẽ thất vọng hơn?

96% người được hỏi cho biết ông Tees sẽ thất vọng hơn. Và bạn cũng có thể đồng cảm với nỗi bực dọc của ông Crane: "Phải chi hành khách đó lên chiếc xe chuyên chở đúng giờ. Phải chi đi đường Main Street thay vì Elm Street. Phải chi…". Và nhiều cái phải chi khác nữa. Có rất nhiều cách để mường tượn về kết quả công việc. Khi bạn thất bại vì còn cách mục tiêu quá xa, thật khó có thể hình dung những khác biệt nhỏ có thể dẫn đến một kết quả thành công. Nhưng khi bạn chỉ bỏ lỡ một chút cơ hội, mọi chuyện lại khác.

Liên quan tới ảnh hưởng của "ngưỡng gần", trong số 2 người sau đây, bạn nghĩ ai sẽ hạnh phúc hơn: người đoạt huy chương bạc (thứ nhì) trong kỳ thế vận hội, hay người đoạt huy chương đồng (thứ 3)? Rõ ràng là thứ hai thì có vẻ tốt hơn thứ 3, vì vậy người đoạt huy chương bạc ắt hẳn phải hạnh phúc hơn. Nhưng điều đó hóa ra lại là sai. Người đoạt huy chương đồng là người hạnh phúc hơn. Khi đứng trên bục lãnh huy chương, người đoạt huy chương bạc đang nghiền ngẫm về những gì mình đã bỏ lỡ. Chỉ cần cố gắng thêm một chút nữa thôi, chiến thắng cuối cùng sẽ thuộc về họ. Đối với người đoạt huy chương đồng, suy nghĩ duy nhất của họ lúc đó chỉ là: chỉ một chút nữa thôi, ta đã trở thành kẻ trắng tay. Và do vậy, ngưỡng gần của người đoạt huy chương bạc là chiến thắng, trong khi đối với người huy chương đồng là một thất bại hoàn toàn.

Trách nhiệm cho kết quả

Yếu tố mang tính quyết định cuối cùng của sự hối tiếc là trách nhiệm.

Nếu một người bạn mời bạn đi ăn tối ở một nhà hàng do anh ta chọn và bạn ăn không ngon miệng. Có thể bạn sẽ thất vọng, sẽ không hài lòng. Nhưng bạn có thấy hối tiếc không? Cảm giác đó sẽ ngược lại nếu bạn chọn nhà hàng và ăn thấy không ngon. Đây chính là lúc bạn cảm thấy hối tiếc. Một vài nghiên cứu cho thấy những kết quả không như ý đều làm người ra không cảm thấy vui, bất kể họ có chịu trách nhiệm về điều đó hay không. Trong khi đó, người ta chỉ cảm thấy hối tiếc vì những kết quả không như mong đợi khi họ chịu trách nhiệm chính về điều đó.

Nếu chúng ta kết hợp được những yếu tố này lại với nhau, chúng ta sẽ có được một bức tranh hoàn chỉnh của những điều kiện làm cho hối tiếc đặc biệt có sức nặng. Nếu chúng ta chịu trách nhiệm về một hành động mang lại hệ quả xấu mà lẽ ra kết quả của nó có thể tốt hơn, chúng ta sẽ dễ dàng trở thành “con mồi” của sự hối tiếc. Điều cốt lõi là, trải nghiệm của mỗi người càng do những lựa chọn gây ra, chúng càng làm ta cảm thấy hối tiếc nếu như lựa chọn đó không mang lại hiệu quả như mong muốn.

Hối tiếc và thế giới của Phản hiện thực và Giả định

Cái làm cho sự hối tiếc trầm trọng thêm chính là những suy nghĩ như vậy không bị ràng buộc vào hiện thực khách quan. Sức mạnh của trí tưởng tượng con người cho phép họ nghĩ về những thứ không tồn tại trong thực tế. Khi phải lựa chọn giữa hai công việc mà một có cơ hội thăng tiến cao, một mang lại môi trường làm việc thân thiện, tôi có thể dễ dàng mường tượng về một công việc có cả hai thứ đó. Khả năng liên tưởng về những ngữ cảnh lý tưởng mang tới một nguồn cung cấp không bao giờ cạn của những nguyên liệu thô cho những hối tiếc trải nghiệm.

Suy nghĩ về một thế giới như thế là nó không phải vậy, hoặc đáng lý ra có thể là vậy, được gọi là những suy nghĩ phản hiện thực. Chiếc xe chuyên chở đi đến sân bay đi trên đường Elm Street. Đó là một sự thật. Lẽ ra nó có thể đi trên đường Main Street. Điều đó trái với sự thật. Chúng ta không thể nào trải qua một ngày mà không có

những suy nghĩ phản hiện thực đó. Nếu như không có khả năng tưởng tượng về một thế giới khác hẳn với thế giới hiện thực và sau đó cũng không thể hành động để biến thế giới tưởng tượng ấy thành sự thật, con người không bao giờ có thể tồn tại như một thực thể cao cấp nhất qua hàng trăm triệu năm. Thế nhưng, mặt trái cũng những suy nghĩ phản hiện thực ở chỗ nó là nguồn gốc cho sự hối tiếc, bất kể đó là hối tiếc hậu quyết định hay hối tiếc được dự báo trước.

Các nhà tâm lý học nghiên cứu sâu về suy nghĩ phản hiện thực khám phá ra được rằng hầu hết mỗi người đều không bị cuốn vào quá trình này cùng một lúc.

Chúng ta không ngồi vòng tròn, nhấm nháp cà phê sáng và tự hỏi cuộc đời mình sẽ ra sao nếu như chúng ta được sinh ra tại Nam Phi thay vì tại Mỹ; hoặc nếu quỹ đạo trái đất sẽ gần mặt trời thêm một vài ngàn dặm nữa. Thay vào đó, suy nghĩ phản hiện thực chỉ bị kích hoạt bởi những chuyện khiến ta không hài lòng, những chuyện gây ra tình cảm tiêu cực. Suy nghĩ phản hiện thực xuất hiện như để phản ứng lại những trải nghiệm không hay như điểm thi thấp, trục trặc trong chuyện tình cảm, hoặc bệnh tật hay cái chết của người thân. Và khi những suy nghĩ phản hiện thực xuất hiện, chúng gây ra thêm càng nhiều tình cảm tiêu cực, như hối tiếc chẳng hạn – và sau đó chính sự hối tiếc lại tạo ra những suy nghĩ phản hiện thực – rồi cứ thế tiếp tục dẫn đến những tình cảm tiêu cực. Mặc dù hầu hết mọi người có thể xoay sở để dồn nén những suy nghĩ phản hiện thực của mình trước khi bị cuốn sa vào vòng xoắn ốc cực mạnh này, một số – đặc biệt là những ai bị chứng trầm cảm – lại không thể cưỡng lại được lực đẩy theo chiều đi xuống đó.

Khi xem xét nội dung thực sự của những suy nghĩ phản hiện thực, các nhà nghiên cứu thấy rằng những cá nhân có xu hướng tập trung vào những khía cạnh của một tình huống mà họ nắm quyền kiểm soát. Ví dụ, khi được hỏi tưởng tượng về một vụ tai nạn xe hơi liên quan đến việc tài xế lái xe quá tốc độ vào một ngày mưa và bị hạn chế tầm nhìn, những người được phỏng vấn rất khả dĩ sẽ cho rằng tai nạn sẽ không xảy ra nếu như tài xế lái xe cẩn thận hơn thay vì thời tiết hôm đó khô ráo và sáng sủa hơn. Khía cạnh này đã tuân thủ theo một nguyên tắc khác mà tôi đã đề cập trước đó: sự hối tiếc

và trách nhiệm luôn đi song hành với nhau. Lẽ dĩ nhiên, mỗi một tình huống mà chúng ta gặp phải luôn có sự hòa trộn của những khía cạnh chúng ta có thể điều khiển được và ngược lại. Khi một sinh viên không thi tốt do học bài không kỹ, có thể sinh viên đó sẽ nhận lãnh trách nhiệm cho việc chuẩn bị thiếu chu đáo của mình. Nhưng kỳ thi đó có thể sẽ dễ dàng hơn hoặc có thể “trúng tủ” sinh viên đó hơn. Việc suy nghĩ phản hiện thực chăm chăm chú trọng vào những khía cạnh có thể điều khiển được của một tình huống chỉ có thể làm tăng cơ hội một người sẽ phải cảm thấy hối tiếc.

Cũng có một phân biệt quan trọng khác giữa phản hiện thực “đi lên” và “đi xuống”. Phản hiện thực “đi lên” mường tượng ra những tình huống tốt hơn những gì thực sự diễn ra, trong khi phản hiện thực “đi xuống” mường tượng về những khả năng ngược lại. Khi một vận động viên đoạt huy chương bạc trước khi thi đấu liên tưởng tới mình bị vấp ngã trong quá trình chạy và không thể hoàn tất đường đua, ta nói vận động viên đó đang có những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi xuống; và chính vì nhờ làm vậy nên cảm xúc đoạt huy chương bạc của cô sẽ trở nên thăng hoa hơn. Chỉ khi nào có những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi

lên – đoạt huy chương vàng – mới làm bớt đi cảm giác chiến thắng của vận động viên này. Vì lẽ đó, trang bị trước cho mình những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi xuống không chỉ làm tăng thêm sự thỏa mãn khi thành công, mà còn mang đến một cảm giác biết ơn khi mọi chuyện diễn ra không như mong đợi. Tuy vậy, những nghiên cứu đã cho rằng mọi người ít chịu có những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi xuống trừ khi họ được yêu cầu phải làm như thế.

Một bài học quan trọng được rút ra từ nghiên cứu này: suy nghĩ phản hiện thực là một công cụ tri thức đầy sức mạnh. Mỗi người đều được khuyến khích nên có những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi xuống. Đạt đến trạng thái cân bằng giữa những suy nghĩ phản hiện thực theo chiều hướng đi lên và đi xuống, sẽ cho phép chúng ta không bị rơi vào sự khốn khổ và đồng thời tăng cường năng lực biểu hiện ở mỗi cá nhân.

Hối tiếc và thỏa mãn

Như chúng ta vừa nhận ra, hối tiếc sẽ làm cho chúng ta cảm thấy tồi tệ hơn sau khi đưa ra quyết định, cho dù quyết định đó có hiệu quả đi chăng nữa, đặc biệt là khi ta xem xét kỹ lưỡng các phí tổn cơ hội.

Các phí tổn cơ hội mang lại lợi ích đáng lý ra đến như là kết quả của một lựa chọn khác, và sau khi bạn trở về sau một chuyến đi biển, bạn sẽ có những suy nghĩ mang tính phản hiện đại: "Chuyến đi nghỉ vừa rồi thật tuyệt. Giá mà ở đó có thêm những nhà hàng thịnh soạn, mọi chuyện sẽ còn viên mãn hơn nữa. Phải chi ở đó có những cửa hiệu mua sắm, vân vân và vân vân…" Với lối nghĩ như thế, một ít hối tiếc sẽ khẽ len lỏi vào việc đánh giá quyết định. Và như chúng ta thấy ở chương cuối cùng, nếu số lượng ứng viên tự làm tăng chọn lựa tăng thêm, từng cái có những khía cạnh hấp dẫn riêng mà những ứng viên chọn sẵn không có, phí tổn cơ hội (và những suy nghĩ phản biện cũng một chút hối tiếc) sẽ càng chồng chất ngày một cao hơn.

Những suy nghĩ phản sự thực thường được khơi nguồn từ những sự kiện mang tính tiêu cực, và các sự kiện có thể tiêu cực theo giới hạn hoàn toàn tuyệt đối. Nếu bãi biển dơ dáy, mưa dầm dề, và chỗ ăn nghỉ cáu bẩn, thì có thể cho rằng kỳ nghỉ biển này hoàn toàn chẳng ra gì. Nhưng một sự kiện cũn có thể tiêu cực theo một giới hạn tương đối – tương đối với cả những kỳ vọng và mong đợi. Vì thế, nếu bằng cách thực hiện một quá trình đưa ra quyết định kỹ càng và đánh giá thỏa hiệp tôi đã đưa ra ở chương vừa rồi, bạn sẽ đi nghỉ và trong đầu mường tượng tất cả những thứ tuyệt vời nhưng thực ra lại không như vậy, khi đó ngay cả khi kỳ nghỉ là tuyệt vời, tâm trí chắc chắn phải có chỗ để nghĩ về những điều tiêu cực…

Điều tương tự cũng có thể áp dụng trước khi đưa ra một quyết định. Bằng cách nghĩ về những gì bạn sẽ mất khi đi nghỉ bãi biển, mường tượng ra trước những phí tổn cơ hội, điều tất yếu sẽ xảy ra là những suy nghĩ đại loại như vậy sẽ làm cho một lựa chọn hấp dẫn trở nên kém hấp dẫn hơn. Và chắc chắn một điều là, có khả năng bạn vẫn quyết định đi nghỉ ở biển, nhưng sự hăm hở nhiệt tình có thể sẽ không còn nguyên vẹn.

Một cách khác để tận dụng điểm này là về phương diện ảnh hưởng tương phản. Nếu một người đi ra khỏi phòng tắm hơi và nhảy ùm xuống hồ bơi, sự tương phản về nhiệt độ hồ bơi và nhiệt độ phòng tắm hơi sẽ làm cho nước hồ bơi trở nên lạnh cóng. Tuy vậy, nhảy xuống hồ bơi từ một môi trường có nhiệt độ dưới bên ngoài sẽ không làm cho bạn cảm thấy ấm áp. Và những suy nghĩ phản sự thực làm thiết lập một sự tương phản giữa trải nghiệm thực sự của một người với những gì anh ta mường tượng. Bất cứ một kỳ nghỉ ở bãi biển nào cũng phải chịu bị so sánh với một lựa chọn thay thế được tưởng tượng là sẽ viên mãn hơn nhiều. Và khi những suy nghĩ phản hiện thực dẫn đến việc hối tiếc, những người cầu toàn sẽ bị ảnh hưởng nhiều hơn những người tri thức. Chính những người hay cầu toàn sẽ luôn mang trong tâm trí mình những lựa chọn phản hiện thực hoàn hảo, và với so sánh của mình, họ sẽ làm cho bất kỳ thế giới hiện thực nào cũng trở nên ảm đạm hơn.

Hối tiếc sẽ khiến chúng ta làm gì?

Không giống những tình cảm tiêu cực khác như giận dữ, buồn bã, thất vọng hay thậm chí sầu não, điều khó khăn ở sự hối tiếc chính là những vấn đề khiến ta hối tiếc lẽ ra có thể tránh được và chỉ bạn mới là người làm được điều đó bằng cách lựa chọn khác đi.

Trong chương trước chúng ta nhận thấy rằng những cá nhân gặp phải những quyết định liên quan đến thỏa hiệp, và do vậy sẽ có cơ hội để hối tiếc, sẽ né tránh đưa ra các quyết định đó. Và khi hông thể hoàn toàn né tránh được việc đưa ra quyết định, họ sẽ tự tìm cách để không thể thỏa hiệp. Chẳng hạn như: “Khi mua một chiếc xe hơi, không gì quan trọng hơn sự an toàn cho gia đình tôi”. “Điều quan trọng duy nhất tôi quan tâm về một ngôi nhà chính là không gian rộng rãi”.

Và vì thế không ngạc nhiên gì khi phải đưa ra quyết định, ta thường nghiêng về lựa chọn giảm thiểu khả năng trải qua hối tiếc.

Ngại hối tiếc

Trong chương 3, hầu hết mọi người đều có xu hướng ngại hiểm nguy khi chiêm nghiệm lựa chọn giữa hai cái lợi: một cái chắc chắn nhưng mang giá trị nhỏ, còn cái kia giá trị lớn hơn nhưng năm ăn năm thua. Ví dụ, nếu chắc chắn có trong tay 100 đô la hoặc cơ hội là 5 – 5 để có được 200 đô la, hầu hết chúng ta sẽ chọn cái chắc chắn. Bởi vì, khách quan mà nói, 200 đô la không hẳn là nhiều gấp đôi 100 đô, và do vậy không đáng để chịu rủi ro 5 – 5. Nhưng có một lý do khác để người ta ngại rủi ro chính là không muốn phải hối tiếc. Giả như bạn có một lựa chọn giữa cái 100 đô la chắc chắn và 200 đô la rủi ro, và bạn quyết định chọn 100 đô. Bạn sẽ chẳng

bao giờ biết được điều gì sẽ xảy ra nếu như bạn chọn 200 đô la đầy rủi ro kia. Và vì vậy, không có lý do gì khiến bạn phải hối tiếc nếu như chọn cái chắc chắn. Ngược lại, nếu bạn chọn cái rủi ro, bạn sẽ không thể nào cưỡng lại được suy nghĩ điều gì sẽ xảy ra nếu chọn 100 đô: đó chính là bạn sẽ có được cảm giác an tâm, chắc chắn. Vì vậy, nếu bạn chọn cái rủi ro và thất bại, chẳng những bạn thành kẻ trắng tay mà còn phải sống trong sự hối tiếc đã để mất 100 đô. Chọn cái chắc chắn là một cách để đảm bảo rằng bạn sẽ không hối tiếc – không hối tiếc vì bạn không thể nào biết được rằng lựa chọn đó sẽ dẫn đến hệ quả gì.

Nếu suy nghĩ này chính xác, mọi chuyện có lẽ sẽ khác nếu bạn bảo một người chọn 100 đô chắc chắn, bạn sẽ tung đồng xu và cho người đó biết họ sẽ thắng hay thua xét về khía cạnh may rủi. Trong những điều kiện như vậy, mọi người sẽ không òn né tránh khả năng hối tiếc nữa bất kể họ ưa thích lựa chọn nào. Chúng ta cho thấy sẵn ý to lớn để chấp nhận rủi ro khi chúng ta biết được sự thay thế không được lựa chọn sẽ mang đến hệ quả gì và vì vậy không có cách gì bảo vệ chúng ta khỏi hối tiếc.

Những nghiên cứu như vậy cho thấy không chỉ hối tiếc là một hệ quả quan trọng của nhiều quyết định, nhưng viễn cảnh của hối tiếc là một nguyên nhân quan trọng của nhiều quyết định. Người ta sẽ đưa ra lựa chọn với những tiên đoán chắc nịch về khả năng hối tiếc trong đầu. Nếu bạn đang cố gắng quyết định nên mua một chiếc Toyota Camry hay một chiếc Honda Accord và bạn thân nhất của

bạn chọn mua chiếc Accord, bạn có rất nhiều khả năng cũng sẽ mua nó. Điều đó một phần vì cách duy nhất để tránh thông tin cho rằng bạn phạm sai lầm là mua cái bạn của bạn đã mua, và vì vậy có thể tránh luôn khả năng bị so sánh giữa hai chiếc xe. Dĩ nhiên, bạn không thể thực sự né tránh thông tin đó hoàn toàn. Rất nhiều người mua xe Camry và Accord, và báo chí cũng nói nhiều về chúng. Và những thông tin đại loại như thế chẳng sá gì so với việc hàng ngày bạn có điều kiện khẳng định với những lý lẽ sống động và chi tiết bạn của mình đã mua một chiếc xe "ngon cơm" hơn bạn.

Một ảnh hưởng khác của việc né tránh hối tiếc chính là nó làm cho người ta hoàn toàn không hành động gì cả, được gọi là đình trệ hoạt động. Hãy thử tưởng tượng một ngày nọ bạn đi shopping và bắt gặp một bộ trường kỷ mình yêu thích đang được giảm giá 30%. Tuy nhiên, bạn lại cho rằng bạn sẽ còn có nhiều lựa chọn khác có thể tốt hơn. Bạn bỏ qua. Vài tuần sau, bạn không tìm được bộ trường kỷ nào ưng ý hơn bộ đầu tiên và do vậy bạn quyết định mua nó; thế nhưng lúc này nó chỉ còn giảm giá có 10%. Bạn sẽ mua nó chứ? Đối với nhiều khách hàng, câu trả lời là không. Nếu mua, họ chắc chắn không thể nào tránh được sự tiếc rẻ phải chi mình

mua nó sớm hơn. Còn nếu như không mua, họ vẫn có thể nuôi hy vọng sẽ tìm được một bộ khác tốt hơn.

Có rất nhiều ví dụ về sự đình trệ hoạt động. Khi chúng ta không đăng ký tham gia chương trình khách hàng bay thường xuyên và sau khi có một chuyến bay khứ hồi dài 5.000 dặm, chúng ta sẽ rất miễn cưỡng khi có cơ hội tham gia lại chương trình đó. Nếu đăng ký, chúng ta sẽ không còn tự nhủ rằng chúng ta bay chưa đủ và nhờ vào việc đăng ký, ta sẽ thấy rằng bay đường dài sẽ chẳng cực nhọc là bao. Thay vào đó, chúng ta chỉ có thể tiếc nuối tại sao mình không đăng ký sớm hơn.

Hối tiếc và "phí tổn chìm"

Tôi muốn nhắc lại trường hợp mua đôi giày nhưng không xài ở chương 3 như một minh họa cho "phí tổn chìm". Mua đôi giày không vừa ý, bạn cất nó trong toilet mặc dù bạn biết mình sẽ chẳng bao giờ xài tới nó, bởi lẽ bỏ đôi giày ra bên ngoài chẳng khác gì công nhận bạn đã nhận phần thiệt. Tương tự vậy, người ta giữ lại những cổ phiếu đang mất giá bởi vì nếu bán chúng đi sẽ cho thấy phi vụ đầu tư này là thất bại. Cái quan trọng trong việc quyết định nên giữ hay bán cổ phiếu chính là đánh giá của bạn về tương lai triển vọng của giá cổ phiếu đó (chưa kể thuế).

Trong một minh họa cổ điển cho sức mạnh của phí tổn chìm, người tham gia được bán vé ở một sân khấu địa phương – vé không giảm giá hoặc có chiết khấu. Sau đó, các nhà nghiên cứu bắt đầu quan sát mật độ đến nhà hát của những người đó. Họ phát hiện ra được rằng những người mua vé không giảm giá đến nhà hát thưởng xuyên hơn những người mua vé chiết khấu. Lý giải cho việc này, các nhà nghiên cứu cho rằng những người mua vé không giảm giá sẽ cảm thấy thiệt hại nhiều hơn những người mua chiết khấu. Và chính vì cảm thấy thiệt hại hơn, nên hối tiếc nhiều hơn cũng là điều tất yếu.

Theo quan điểm của mô hình ra quyết định lấy tương lai làm định hướng, nhạy cảm với những phí tổn chìm là một sai lầm. Vé mua, tiền trao. Thế là xong. Câu hỏi duy nhất người giữ vé nên tự hỏi mình vào đêm diễn là: "Mình sẽ thấy thích thú hơn khi đêm nay xem hát hay ở nhà đọc sách và nghe nhạc?" Tuy thế, không ai làm như vậy.

Ở một nghiên cứu, người trả lời được yêu cầu mường tượng về việc mua vé không hoàn lại cho hai chuyến đi trượt tuyết tới hai nơi khác nhau, và sau đó phát hiện ra rằng hai chuyến đi khởi hành vào cùng một ngày. Với một vé 50 đô và một vé 25 đô, có lý do để chọn cái 25 đô, câu hỏi đặt ra người ta sẽ chọn cái nào? Hầu hết mọi người chọn cái 50 đô. Và cũng theo tính xác đáng của phí tổn cơ hội, các

huấn luyện viên bóng rổ thường tung vào sân các cầu thủ lương cao nhiều lần hơn, tùy thuộc vào phong độ của từng người. Và

những ai khởi nghiệp từ chính công ty của mình có xu hướng mở rộng nó hơn những ai mua lại công ty từ người khác. Một lần nữa, trong tất cả những trường hợp này, cái quan trọng là triển vọng của tương lai – của doanh nghiệp hay của cầu thủ. Nhưng cái cũng quan trọng khôn kém chính là mức độ của sự đầu tư trước đó.

Cái khiến tôi tin rằng những ảnh hưởng của phí tổn cơ hội chìm bị thôi thúc bởi ước muốn né tránh những hối tiếc hơn là ước muốn né tránh thiệt hại, chính là việc những tác động của phí tổn chìm sẽ lớn hơn nhiều khi một người chịu trách nhiệm về chính quyết định đầu tiên của mình. Nếu tác động của những phí tổn chìm chỉ là việc không muốn thất bại, thì sau đó thất bại đó có do trách nhiệm của bạn hay không sẽ không còn quan trọng.

Bản thân cá nhân tôi cũng tuân theo những tác động phí tổn chìm ở những môi trường khác nhau, cho dù bản thân mình có nhận thức rõ về chúng hay không. Khi thấy quần áo trong toilet hay đĩa CD trong sọt rác, tôi biết rằng mình sẽ không dùng chúng nữa. Nhưng tôi lại không thể bỏ nó. Khi đi ăn nhà hàng, tôi tự thấy mình có nhiệm vụ phải ăn cho hết số thức ăn trong đĩa, cho dù có no thế nào. Tôi cũng tự buộc mình phải đọc hết 200 trang sách khi đã đọc nó, bất kể tôi có học được gì hay cảm thấy thích thú gì từ nó hay không. Và còn nhiều nhiều trường hợp nữa.

Nhiều người nhùng nhằng trong những mối quan hệ đang căng thẳng không phải vì tình yêu, không phải vì nghĩa vụ với người kia, không phải vì danh dự của lời thề, mà bởi vì tiếc nuối thời gian và công sức đã bỏ ra. Và còn biết bao nhiêu người nhọc nhằn theo đuổi khóa đào tạo tại trường y dù rằng sau đó họ nhận ra mình không muốn trở thành bác sỹ? Và tại sao Mỹ cứ mải theo đuổi cuộc chiến dai dẳng tại Việt Nam, dù rằng ai cũng nhìn thấy trước một kết cục không hay cho siêu cường này? Câu trả lời là: “Nếu chúng ta rút lui, hàng chục ngàn chiến binh đã bỏ mạng khác nào sẽ trở thành vô nghĩa”.

Hối tiếc, cầu toàn, và khả năng lựa chọn

Sự hối tiếc rõ ràng có vai trò rất lớn trong quyết định của chúng ta. Nhưng bằng cách nào lựa chọn, đặc biệt trong trường hợp có quá nhiều lựa chọn, ảnh hưởng tới quyết định?

Hai nhân tố ảnh hưởng tới sự hối tiếc là:

1. Trách nhiệm cá nhân đối với kết quả.
2. Một cá nhân có thể mường tượng ra một lựa chọn tốt hơn, phản sự thật dễ dàng như thế nào.

Sự hiện hữu của những lựa chọn rõ ràng chỉ làm tồi tệ thêm cả hai yếu tố này. Khi không có lựa chọn, bạn sẽ làm gì? Thất vọng: có thể. Hối tiếc: không. Khi có một vài lựa chọn, bạn cố gắng làm tốt nhất những gì có thể, nhưng cuộc đời nhiều khi lại không cho phép bạn được thỏa mãn ước nguyện của mình. Khi có nhiều lựa chọn, cơ hội tăng lên và bạn cảm thấy rằng mình có thể tìm được cái ưng ý trong số đó. Khi lựa chọn bạn đã quyết định mang lại kết quả đáng thất vọng, bạn hối tiếc đã không lựa chọn khôn ngoan hơn. Khi các lựa chọn ngày một nhân rộng và những lựa chọn đánh giá các khả năng trở nên không thể, bạn lại nghĩ rằng có thể có một lựa chọn khác bên ngoài còn tốt hơn cả những cái này, và bắt đầu tiên đoán về những hối tiếc cho lựa chọn đó. Chính điểm này sẽ hoàn toàn ngăn cản bạn đưa ra quyết định. Và khi những phí tổn cơ hội ngày một gia tăng, hối tiếc cũng sẽ gia tăng.

Rõ ràng là những người cầu toàn sẽ có xu hướng hối tiếc nhiều hơn những người tri túc. Bất kể một lựa chọn có tốt đến mức nào, nếu người cầu toàn khám phá ra được một lựa chọn khác tốt hơn, anh ta sẽ hối tiếc tại sao không chọn nó ngay từ đầu. Đối với người tri túc, rủi ro thấp hơn và sự hoàn hảo là không cần thiết.

Mặt tích cực nào cho sự hối tiếc?

Mặc dù ai cũng biết hối tiếc làm người ta khốn khổ, nhưng nó cũng có một vài chức năng quan trọng.

Thứ nhất, những tiên đoán về một hối tiếc cho một quyết định có thể sẽ dẫn đến việc chúng ta xem xét quyết định đó nghiêm túc hơn và mường tượng ra nhiều tình huống khác nhau theo sau.

Thứ hai, hối tiếc nhấn mạnh đến sai lầm của chúng ta khi đưa ra quyết định, và nhờ vậy tránh lặp lại sai lầm nếu tình huống tương tự diễn ra trong tương lai.

Thứ ba, hối tiếc có thể huy động hay thôi thúc chúng ta có những hành động không cần thiết để không thực hiện quyết định đó hoặc khắc phục một vài hệ quả xấu.

Thứ tư, hối tiếc là một tín hiệu cho mọi người thấy bạn quan tâm tới những gì xảy ra, bạn hối tiếc về những gì diễn ra, và sẽ làm những gì để nó không xảy ra nữa.

Vì vậy, đối với một số người vẫn còn bị hối tiếc làm cho chưa nguôi được những quyết định sai lầm trong quá khứ và có những khó khăn to lớn khi phải ra

quyết định ở hiện tại, có những bước cần thiết để giảm đi sự hối tiếc có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với sự bình yên cho họ.

CHƯƠNG 8.
TẠI SAO QUYẾT ĐỊNH CÓ THỂ GÂY THẤT VỌNG? ĐÓ LÀ VẤN ĐỀ THUỘC TÍNH THÍCH NGHI

Mặc dù chúng ta cứ có cảm giác nuối tiếc và luôn nhớ đến những lựa chọn mà chúng ta bỏ qua, nhưng chúng ta vẫn còn nhiều đầu óc để bất mãn với những điều mình đã chọn.

Đó là một đặc điểm tâm lý thường gặp ở con người khiến ta cảm thấy rất ít điều trong cuộc sống được như mong đợi. Sau nhiều trăn trở đắn đo, bạn có thể quyết định mua một chiếc xe Lexus, và bạn cố gắng bỏ ra khỏi tâm trí tất cả những chiếc xe hấp dẫn khác. Nhưng đến khi bạn lái chiếc xe mới, bạn lại cảm thấy hết sức bình thường. Bạn bỗng thấy vô cùng hối tiếc vì đã không chọn cái khác và thất vọng với cái mình đã chọn.

Đặc điểm tâm lý thường gặp này là một quá trình được gọi là *tính thích nghi.* Có nghĩa là chúng ta làm quen với một số thứ, và sau đó chúng ta bắt đầu coi những điều đó là đương nhiên mình phải có. Chiếc máy tính đầu tiên của tôi có bộ nhớ 8K, tải chương trình về bằng băng cát – xét (tải một chương trình đơn giản cần đến 5 phút), và cái máy tính này không chê được chỗ nào, trừ việc nó không dễ sử dụng. Tôi thích nó và tất cả mọi thứ tôi làm được nhờ nó. Năm ngoái tôi đã bán với giá cực rẻ một cái máy tính có tốc độ và dung lượng gấp hàng ngàn lần vì nó không đáp ứng được nhu cầu của tôi. Những công việc tôi làm với máy tính đã không đổi trong nhiều năm. Nhưng những gì tôi muốn nó đáp ứng cho tôi thì có đổi. Khi tôi mới tậu truyền hình cáp, tôi vô cùng say mê với các kênh truyền hình và hài lòng với tất cả các chương trình mà nó cung cấp (ít hơn ngày nay nhiều). Và bây giờ thì tôi than vãn khi cáp bị trục trặc và than phiền về những chương trình hấp dẫn bị ngắt quãng. Khi lần đầu tiên được ăn rau trái quanh năm, tôi có cảm tưởng mình đang ở trên thiên đàng. Và bây giờ tôi xem việc cây trái có quanh

năm là một điều đương nhiên và cảm thấy bực bội khi những quả xuân đào từ Israel hay Peru – mà tôi mua được vào tháng hai không được ngọt và mọng. Tôi đã quen và thích nghi với mỗi nguồn vui thú ở trên và chúng đã trở nên bình thường, không còn hấp dẫn đối với tôi.

Do tính thích nghi, cảm giác hứng thú về các trải nghiệm tích cực tự nhiên không tồn tại nữa. Và tệ hơn là con người nói chung dường như không thể dự đoán

được tính thích nghi này sẽ đến. Dần dần khi niềm vui hay hứng thú không còn như ban đầu, chúng ta sẽ thấy ngạc nhiên một cách khó chịu.

Các nhà khoa học đã nghiên cứu về tính thích nghi trong nhiều năm, nhưng đa phần họ đều chú trọng đến *tính thích nghi về cảm giác* – khi con người có một điều gì đó lâu thì họ sẽ bớt hứng thú hơn với nó – đó có thể là trải nghiệm về hình ảnh, âm thanh, mùi vị và cả sở thích. Vấn đề ở đây là con người, như hầu hết các động vật khác, sẽ phản ứng ở mức độ ngày càng thấp hơn đối với bất kì sự kiện nào trong môi trường khi sự kiện đó xuất hiện. Một người dân đến từ một thị trấn nhỏ sẽ cảm thấy bị choáng ngợp bởi sự hào nhoáng của vùng Mahattan. Trong khi một người New York – đã hoàn toàn thích nghi được với sự đông đúc náo nhiệt của thành phố này, lại thấy bình thường trước sự hào nhoáng đó.

Giống như bên trong mỗi chúng ta đều có một nhiệt kế ghi nhận cảm giác, đó là *“nhiệt kế đo mức độ hào hứng”.* Nhiệt kế này chuyển từ trạng thái tiêu cực (hay khó chịu) đến trung lập rồi đến tích cực. Khi chúng ta trải nghiệm một điều gì đó tích cực, độ hào hứng của chúng ta đi lên, và khi chúng ta trải nghiệm điều gì tiêu cực, độ hào hứng này đi xuống. Nhưng sau đó chúng ta sẽ thích nghi. Trường hợp này chính là sự thích nghi về hứng thú, hoặc thích nghi đối với cảm giác tích cực. Một trải nghiệm lần đầu tiên chúng ta gặp có thể làm cho nhiệt kế hào hứng chỉ 20 độ, nhưng ở lần trải nghiệm sau thì chỉ được 15 và còn 10 độ ở lần kế tiếp rồi sau cùng không còn độ nào nữa.

Thử tưởng tượng bạn phải làm việc trong một ngày hè nóng bức và ẩm ướt ngoài trời. Sau vài giờ uốt đẫm mồ hôi dưới sức nóng đó, bạn trở về nhà có máy lạnh. Cảm giác không khí khô mát vây lấy

bạn thật tuyệt vời. Ban đầu không khí đó làm cho bạn thấy như được hồi sinh, tiếp thêm sinh lực và sung sướng mê ly. Nhưng khi thời gian trôi qua, cảm giác dễ chịu vô cùng đó mất dần và được thay thế bằng một cảm giác dễ chịu ở mức bình thường. Khi bạn không còn thấy nóng, rít rát trong người hoặc mệt mỏi, thì cảm giác mát mẻ và đầy sinh lực cũng không còn tồn tại khi bạn ở trong căn phòng máy lạnh đó nữa. Thực sự bạn không còn cảm thấy gì đặc biệt. Bạn đã trở nên quá quen với không khí điều hòa đến mức không còn chú ý đến nó. Điều đó cũng có nghĩa là bạn sẽ "quên mất" không khí đó cho đến khi bạn ra ngoài trời nóng trở lại. Sức nóng tỏa vào mặt bạn như một luồng gió thổi từ một cái lò nướng để mở, và bạn nhớ đến không khí mát mẻ của căn phòng đó, mà lúc này bạn không được hưởng nữa

Vào năm 1973, 13% người Mỹ nghĩ rằng cần phải có điều hòa không khí trong xe hơi. Ngày nay thì con số này đã là 41%. Tôi biết rằng trong 20 năm qua, cho dù

trái đất có nóng dần lên thì khí hậu cũng chẳng thay đổi nhiều như những con số đó. Điều đã thay đổi chính là tiêu chuẩn về tiện nghi của chúng ta.

Dù chúng ta không mong nó xảy ra, nhưng việc thích nghi về cảm giác hứng thú là không thể tránh khỏi. Điều này có thể gây nhiều thất vọng hơn trong một thế giới có nhiều lựa chọn so với trong một thế giới chỉ có ít lựa chọn.

Phản ứng thay đổi đối với một sự kiện cố định và quy chuẩn thay đổi

Tính thích nghi về cảm giác hứng thú có thể chỉ đơn giản là vấn đề làm quen mà tôi vừa mô tả, hoặc có thể là kết quả của sự thay đổi về quy chuẩn đánh giá do chúng ta được trải nghiệm những điều mới.

Thử tưởng tượng một người phụ nữ hài lòng với một công việc thú vị với mức lương 40.000 đô la mỗi năm. Một cơ hội làm việc khác xuất hiện hứa hẹn với mức lương 60.000 đô la. Cô ta chuyển việc nhưng không may sau 6 tháng, công ty mới phá sản. Công ty cũ lại sẵn lòng nhận lại cô ấy, và thật hạnh phúc rằng công ty cũ lại tăng lương cho cô ta lên 45.000 đô la. Liệu cô ta có hạnh phúc với việc "tăng lương" đó không? Thậm chí có thể gọi đó là tăng lương được không? Câu trả lời có thể là không. Mức lương 60.000 đô la, đã từng sẵn có, có thể tạo cho cô này một cảm giác hứng khởi ở mức bình thường, vì bất cứ cái gì ít hơn đều bị xem là mất mát. Sáu tháng trước đó, việc được tăng lương từ 40.000 đô la lên 45.000 đô là tuyệt vời, nhưng bây giờ thí nó giống như một sự cắt giảm từ 60.000 xuống 45.000 đô.

Chúng ta thường nghe những câu nói đại loại như, "Tôi chưa từng nghĩ rằng loại rượu vang này lại ngon đến thế", hoặc "Tôi chưa từng nghĩ rằng tình dục lại thú vị đến thế này", hoặc "Tôi chưa từng nghĩ rằng mình lại kiếm được nhiều tiền như vậy". Sự mới lạ có thể sẽ thay đổi mức độ hứng khởi của một người nào đó, khiến họ cảm thấy một điều gì đó trước kia là thỏa mãn hoặc hơn thế nữa nhưng nay thì không còn được như thế. Và như chúng ta sẽ thấy, tính thích nghi có thể gây nhiều thất vọng một khi chúng ta đã bỏ ra nhiều thời gian và nỗ lực, để lựa chọn những vật dụng hoặc trải nghiệm từ một đống các lựa chọn khác, để rồi cuối cùng chúng ta trở nên quen thuộc và mất hứng thú với những thứ đó.

Tính thích nghi và việc chạy theo hứng thú

Đối với câu hỏi ví dụ nào là tiêu biểu nhất cho tính thích nghi đối với hứng thú, những người tham gia cuộc nghiên cứu đã được yêu cầu xếp hạng hạnh phúc của họ trên thang điểm 5. Vài người trong họ đã trúng số từ 50.000 đến 1 triệu đô trong vòng một năm. Vài người đã bị liệt nửa người hoặc bị liệt tứ chi do bị tai nạn.

Dĩ nhiên là những người trúng số phải hạnh phúc hơn những người bị tai nạn. Tuy vậy, đáng ngạc nhiên là những người trúng số lại không hạnh phúc hơn những người bình thường bao nhiêu. Và còn đáng ngạc nhiên hơn là những nạn nhân bị tai nạn, mặc dù họ gặp nhiều điều bất hạnh hơn mọi người nói chung, nhưng họ lại tự cảm thấy mình hạnh phúc.

Nếu bạn hỏi những người trúng số họ hạnh phúc như thế nào khi vừa biết kết quả, thì sẽ không lạ gì nếu họ tự đặt mình hạnh phúc trên cả thang điểm đã đặt ra. Và nếu bạn hỏi xxem những nạn nhân cảm thấy như thế nào ngay khi họ vừa hết bị liệt, thì họ nói mức độ hạnh phúc của họ ít hơn so với những người mới biết mình trúng số. Nhưng khi những người trúng số và nạn nhân đều đã quen với tình hình mới, thì nhiệt kế hứng khởi của hai nhóm bắt đầu xích lại gần nhau, dần trở nên giống những người khác nói chung.

Ở đây ý tôi không phải là về lâu về dài, đối với những trải nghiệm càng chủ quan thì càng không có sự khác biệt nào giữa người trúng số và người bị tai nạn. Nhưng những gì tôi sắp trình bày sẽ cho thấy sự khác biệc về tính thích nghi ở hai nhóm sẽ nhỏ hơn rất nhiều so với bạn nghĩ, và sẽ càng nhỏ hơn khi có những sự kiện lớn trong cuộc sống xảy ra.

Như tôi đã nói, có hai lý do giải thích cho sự thích nghi về hai cảm giác, một bên thì hứng khởi quá mức và một bên đau buồn quá mức này. Lý do thứ nhất, con người dần sẽ quen với những điều may mắn hoặc xui xẻo. Thứ hai, tiêu chuẩn mới để đánh giá một trải nghiệm gây hứng khởi (ví dụ như trúng số) có thể khiến cho những vui thú thường ngày khác (ví dụ mùi cà phê được pha ngon, những bông hoa mới nở và những làn gió mát lành của một ngày xuân đẹp trời) bỗng trở nên chán ngán vì có sự so sánh. Thực sự khi những người trúng số được yêu cầu xếp hạng sự hứng thú của những hoạt

động thường ngày, thì họ cho những hoạt động này ít hứng thú hơn so với những người không trúng số. Vì vậy phản ứng đã thay đổi đối với cùng một sự kiện và quy chuẩn đánh giá cũng đã thay đổi.

Trong trường hợp những người gặp tai nạn thì có thể còn nhiều điều khác diễn ra. Hậu quả sau khi bị nạn thì thật nghiêm trọng bởi những nạn nhân này trước khi bị tai nạn cũng di chuyển được như những người khác, và lúc đó họ không có kỹ năng của người bị liệt để thích nghi với hoàn cảnh. Khi dần dần họ có được những kỹ năng này và khám phá ra rằng họ không đến nỗi tàn phế như đã từng nghĩ. Hơn thế nữa, họ có thể bắt đầu chú ý đến những thứ mà họ làm được. Những việc này, tuy dễ dàng với người bình thường, nhưng lại là kỳ công đối với người khuyết tật mà họ chưa từng nghĩ đến trước khi bị tai nạn.

25 năm trước, nhà kinh tế học Tibor Scitovsky đã nghiên cứu một số kết quả của tính thích nghi trong cuốn sách *Nền kinh tế bất hạnh* của ông. Scitovsky nói rằng, con người ai cũng muốn trải nghiệm hứng thú. Khi họ mua một thứ gì đó thì tức là họ sẽ có được một hứng thú nào đó, miễn thứ họ mua là mới lạ. Nhưng khi con người đã thích nghi, cũng là lúc sự mới lạ đã giảm dần, thì hứng thú lại bị thay thế bởi cảm giác trung lập. Thật tuyệt khi bạn lái chiếc xe mới trong vài tuần đầu, nhưng sau đó thì việc lái chiếc xe chỉ còn cho cảm giác bình thường. Dĩ nhiên là lái xe mới phải tốt hơn hẳn xe cũ, nhưng không còn là một điều gì đó quá hào hứng đối với chủ nhân nữa. Cảm giác dễ chịu bình thường cũng tốt, nhưng người ta lại thíc được hứng thú kia. Và dễ chịu thì là không phải là hứng thú.

Kết quả của việc cảm giác hứng thú chuyển thành cảm giác bình thường là một sự thất vọng. Sự thất vọng này sẽ càng trầm trọng nếu hàng hóa chúng ta mua là những thứ phải xài lâu, như xe hơi, nhà cửa, dàn âm thanh, trang phục dành cho những dịp đặc biệt, trang sức và máy tính. Khi cảm giác hứng thú ngắn ngủi trôi qua, người ta vẫn còn những thứ này quanh mình, chúng như là những vật luôn nhắc nhở ta rằng mua sắm không phải lúc nào cũng mang lại hứng thú, và rằng thực tế không phải lúc nào cũng được như mong đợi. Khi một xã hội càng trở nên giàu có, thì con người sẽ ngày càng mua đồ bền và đắt do sự thất vọng của họ gia tăng. Nếu

họ mua đồ mới mà độ bền và đắt cũng giống những món trước đây thì điều này không tạo được cho họ hứng thú.

Khi phải đối mặt với sự thất vọng không thể tránh khỏi này thì con người phải làm gì? Một số người đơn giản chỉ cần từ bỏ cuộc đua và dừng việc tìm vui thú từ những thứ họ có. Nhưng số đông còn lại thì lại có khuynh hướng theo đuổi sự mới lạ, tìm ra những món đồ và trải nghiệm mới có khả năng làm họ hứng thú. Những thứ mới lạ sẽ làm con người hứng thú ở mức độ cao bởi chúng chưa từng xảy ra hoặc lặp đi lặp lại trước đó.

Rốt cuộc thì những thứ mới cũng sẽ không còn hấp dẫn, nhưng con người vẫn bị cuốn vào một cuộc đua, một quá trình mà các nhà tâm lý học như Philip Brickman và Donald Campell gọi là *chạy theo hứng thú*. Cho dù bạn có chạy nhanh thế nào thì bạn cũng chả đi tới đâu cả. Và do tính thích nghi, cho dù lựa chọn của bạn có tốt đến đâu, kết quả có gây hứng thú đến đâu thì cuối cùng bạn cũng trở lại nơi mình xuất phát sau khi đã trải nghiệm thứ mới lạ đó.

Thậm chí còn có một điều có thể nghiêm trọng hơn *chạy theo hứng thú*, đó là điều mà Daniel Kahnman gọi là *chạy theo thỏa mãn*. Khi bạn thích nghi với một đồ vật hoặc trải nghiệm nào đó, thì bạn cũng thích nghi với một mức độ thỏa mãn nào

đó. Nói cách khác, giả sử bạn đã bỏ ra rất nhiều nỗ lực và đầu óc sáng tạo khi quyết định một việc gì đó, bạn cố gắng giữ cho nhiệt kế hứng khởi của mình ở 20 độ để luôn cảm thấy lúc nào cuộc sống cũng tốt. Nhưng liệu 20 độ đã đủ chưa? Ban đầu có thể là đủ nhưng một khi bạn đã thích nghi với mức độ hạnh phúc này rồi thì bạn sẽ không còn cảm thấy 20 độ là đủ nữa. Bấy giờ bạn sẽ cố gắng đạt cho được những thứ có thể mang lại cho bạn hứng thứ ở mức 30 độ. Vì vậy cho dù bạn đã khống chế và vượt qua được tính thích nghi đối với những món đồ và trải nghiệm mới, thì bạn vẫn còn phải cố gắng để khống chế những cảm giác chủ quan đối với những thứ này. Đó thực sự là một việc nan giải.

Dự đoán sai mức độ hài lòng

Thích nghi với những trải nghiệm tích cực cũng khá khó khăn dù chúng ta đã biết được nó sẽ đến và tự chuẩn bị cho điều đó. Nhưng cũng thật kỳ lạ, nghiên cứu cho biết chúng ta vẫn có khuynh hướng ngạc nhiên khi sự thích nghi đến (dù đã biết trước). Nói chung, con người thường rất kém trong việc dự đoán cảm giác của họ đối với những trải nghiệm khác nhau. Cho nên nếu những người trúng số biết trước họ sẽ trúng số và việc trúng số đó không cải thiện hạnh phúc của họ được bao nhiêu thì họ có thể sẽ không mua vé nữa.

Nhiều nghiên cứu để đánh giá độ chính xác của những dự đoán của con người về cảm giác của họ trong tương lai có dạng như thế này: Một nhóm được yêu cầu tưởng tượng ra một sự kiện nào đó xấu hoặc tốt và được hỏi về sự kiện đó sẽ làm họ cảm thấy thế nào. Nhóm thứ hai gồm những người đã thực sự trải qua sự kiện đó, họ được hỏi sự kiện đó đã thực sự làm họ cảm thấy thế nào. Sau đó thì dự đoán của nhóm thứ nhất sẽ được so sánh với trải nghiệm thật của nhóm hai.

Trong một nghiên cứu thuộc loại này, sinh viên đại học ở Midwest đã được hỏi họ sẽ cảm thấy thế nào nếu sống ở California. Những sinh viên này cho rằng sinh viên sống ở California thì hạnh phúc hơn, vì khí hậu ở đó dễ chịu hơn và sẽ hài lòng với cuộc sốn hơn so với sinh viên vùng Midwest. Những dự đoán này đã đúng ở vế thứ nhất nhưng không đúng ở vế thứ hai. Sinh viên ở Calo đúng là rất thích khí hậu ở đó nhưng họ không hạnh phúc hơn sinh viên ở Midwest. Có thể điều làm cho sinh viên Midwest nghĩ sai đó là do họ chủ chú tâm vào khía cạnh khí hậu ở Cali. Khí hậu luôn nắng ấm ở Cali không có nghĩa sinh viên ở đó ít gặp vấn đề hơn, như lớp học chán, làm việc quá nhiều, không đủ tiền chi tiêu, bất đồng với bạn bè và gia đình, thất vọng chuyện yêu đương, và những vấn đề khác. Thực sự nế gặp vấn đề ở một nơi có thời tiết ấm áp thì vẫn dễ chịu hơn là ở nói có thời tiết lạnh cóng hay

tuyết rơi, nhưng điề này không đủ để tạo nên khác biệt lớn trong các bạn nhìn cuộc sống.

Trong một nghiên cứu khác, người tham gia dự đoán cảm giác hạnh phúc của họ sẽ như thế nào trong một thập kỷ tới khi có những

thay đổi về môi trường và con người. Họ được hỏi về những thay đổi của ô nhiễm không khí, phá rừng, số lượng gia tăng các quán cà phê và kênh truyền hình, nguy cơ chiến tranh hạt nhân giảm, nguy cơ lây nhiễm AIDS và các bệnh mãn tính tăng, thay đổi về thu nhập và trọng lượng cơ thể tăng. Những người khác thì không được yêu cầu dự đoán họ sẽ cảm thấy thế nào, mà được hỏi về cảm giác của họ đối với cuộc sống ở thập kỷ đã qua khi những thay đổi này đến (ở mức độ áp dụng cho từng trường hợp cá nhân). Kết quả cũng rõ ràng: những người dự đoán về cảm giác của mình về những thay đổi giả định dù tốt hay xấu, thì đều nghĩ rằng những thay đổi này sẽ có tác động lớn hơn đối với họ so với những người hồi tưởng lại dựa trên những trải nghiệm đã qua.

Cũng trong một nghiên cứu khác, các trợ giảng trẻ đã được yêu cầu đoán cảm giác của họ nếu được bổ nhiệm hoặc từ chối nhận làm giảng viên chính thức. Họ được yêu cầu dự đoán cảm giác của họ ngay sau khi được nhận quyết định, và cảm giác của họ trong năm và mười năm sau. Những người tham gia nghiên cứu đã phần nào ý thức được hiệu ứng của tính thích nghi, và vì thế, họ đoán mình sẽ cực kỳ hạnh phúc hoặc buồn khi nhận được quyết định, nhưng niềm vui hay nỗi buồn đó sẽ giảm dần theo thời gian. Tuy nhiên, họ đã đoán sai. Dự đoán của những trợ giảng này đã được so sánh với cảm giác của những người đã thực sự trải qua khi nhận được quyết định vui hoặc buồn, cho dù mới nhận gần đây hay đã năm hoặc mười năm trước. Thật đáng ngạc nhiên, không có sự khác biệt nào về cảm giác hạnh phúc của những người được nhận chính thức hoặc những người đã không được nhận ở những thời điểm khác nhau. Cho dù trong tâm trí những người dự đoán đã có sẵn tính thích nghi, nhưng họ dù sao cũng đã phóng đại về cảm giác hạnh phúc hay thất vọng của mình khi thời gian trôi qua.

Phải thừa nhận rằng việc không khớp nhau giữa dự đoán và cảm giác thực tế xảy ra nhiều hơn so với việc không đoán được tính thích nghi. Chúng ta rất giỏi chữa bệnh tâm lý của mình và tìm ra niềm hy vọng hay an ủi khi mọi việc không suôn sẻ. “Đồng nghiệp của tôi thật đáng chán”. “Các sinh viên này đều thua cuộc cả”. “Công việc này chán chết đi được; tôi phải làm việc suốt và không được tận hưởng cuộc sống”. “Nó đã giải phóng cho tôi, tôi đã trở thành

một nhà tư vấn và làm việc đàng hoàng để được mức lương gấp đôi". Nhưng việc không dự đoán được tính thích nghi chắc chắn là một phần của sự không khớp nhau này.

Mọi người cũng cường điệu về sự sụp đổ của họ khi nhận tin xấu về sức khỏe như xét nghiệm HIV dương tính. Và họ cũng đánh giá thấp khả năng thích nghi của mình khi bị bệnh nặng. Các bệnh nhân lớn tuổi, khi mắc phải những căn bệnh thông thường của tuổi già làm họ giảm sút sức khỏe, thường tự đánh giá chất lượng cuộc sống của mình tích cực hơn so với nhửng bác sỹ điều trị cho họ.

Thật dễ thấy được những kết quả như thế này chứng tỏ một sự thật rằng, chúng ta thích nghi được với hầu hết mọi thứ, nhưng lại bỏ qua hoặc đánh giá thấp khả năng thích nghi của mình nếu khi có chuyện. Khi bạn tưởng tượng mỗi năm bạn có thêm được 25.000 đô, thì bạn dễ cảm thấy như bạn vừa được tăng lương. Nhầm lẫn ở đây là ở chỗ bạn có thể cho rằng cảm giác mình có trong hiện tại sẽ mãi mãi luôn như thế.

Hầu hết mọi quyết định chúng ta đưa ra đều đã tính đến dự đoán về cảm giác của chúng ta trong tương lai. Khi kết hôn, người ta thường dự đoán mình sẽ cảm thấy như thế nào về người bạn đời. Khi có con, họ sẽ dự đoán về những cảm giác khi phải chịu đựng cuộc sống gia đình. Khi bắt tay theo học một chương trình đại học hoặc đào tạo chuyên môn, họ sẽ dự đoán mình sẽ cảm thấy như thế nào về ngôi trường và mình sẽ cảm thấy như thế nào về công việc. Khi họ chuyển từ thành phố về nông thôn sống, họ sẽ dự đoán mình sẽ thấy như thế nào khi phải cắt cỏ và phải gắn liền với xe hơi (do đi lại xa). Và khi mua xe hơi, dàn âm thanh hay bất cứ cái gì khác, họ sẽ dự đoán mình sẽ cảm thấy thế nào khi được làm chủ đồ vật đó nhiều tháng và nhiều năm sau đó.

Nếu một người thường xuyên dự đoán sai cảm giác của mình ở tương lai, thì có thể họ sẽ ra nhiều quyết định làm họ thấy nuối tiếc, dù cho quyết định đó có cho kết quả tối đi chăng nữa.

Tính thích nghi và vấn đề chọn lựa

Việc chúng ta có quá nhiều lựa chọn càng làm trầm trọng hơn hiệu ứng của tính thích nghi, bởi điều đó làm chúng ta phải trả giá nhiều hơn về thời gian và nỗ lựa mới đi đến quyết định. Thời gian, nỗ lực, những lựa chọn khác, cảm giác nuối tiếc và những điều tương tự chính là những cái giá cố định mà chúng ta phải xem xét trước khi quyết định. Những cái giá như thế sau đó sẽ được “trả dần” khi quyết định đã được đưa ra. Nếu quyết định đó mang lại cho chúng ta sự thỏa mãn trong một thời gian dài thì cái giá chúng ta phải trả cho quyết định đó càng trở nên nhỏ bé. Nhưng nếu quyết định đó chỉ cho chúng ta thỏa mãn trong một thời gian ngắn, thì giá phải trả về những điều nêu trên bỗn trở nên to lớn. Bỏ ra 4 tháng để quyết định mua một dàn âm thanh thì cũng không là nhiều nếu như sau đó 15 năm bạn vẫn còn

thích nó. Nhưng nếu chỉ 6 tháng mà bạn đã trở nên thích nghi và không còn thấy nó thú vị, thì bạn sẽ tự cảm thấy mình ngốc khi bỏ ra chừng đó nỗ lực và thời gian. Dàn âm thanh đó không đáng như vậy.

Vì vậy, chúng ta càng có nhiều tùy chọn thì chúng ta càng phải bỏ ra nhiều nỗ lực để quyết định chọn cái nào. Và càng bỏ ra nhiều nỗ lực thì chúng ta càng kỳ vọng nhiều hơn về những lợi ích mà quyết định đó mang lại. Tính thích nghi làm giảm đáng kể thời gian kéo dài của những lợi ích trên và đặt chúng ta vào một trạng thái tâm lý khiến ta cảm thấy kết quả đạt được không xứng với nỗ lực của mình. Chúng ta càng đầu tư nhiều vào một quyết định thì chúng ta càng kỳ vọng vào những điều sẽ đạt được từ quyết định đó. Và tính thích nghi làm cho chúng ta cảm thấy khốn khổ, nếu kết quả từ quyết định của chúng ta hóa ra là một sự đầu tư không hiệu quả.

Dĩ nhiên tính thích nghi sẽ để lại những hậu quả sâu sắc đối với những người ban đầu đã kỳ vọng nhiều hơn là đối với những người chỉ đặt mục tiêu vừa phải. Những cơ hội mở rộng thực sự làm cho những người cầu toàn tốn nhiều thời gian và nỗ lực. Cũng chính những người cầu toàn là những người đầu tư nhiều nhất cho mỗi quyết định của họ, và cũng là người suy nghĩ nhiều về sự thỏa hiệp nhất, tức suy nghĩ mình có chấp nhận một điều gì đó mình chưa

thấy thỏa mãn hay không. Và vì thế những người kỳ vọng nhiều nhất cũng là những người chịu thất vọng nhiều nhất khi họ thấy niềm hứng khởi từ kết quả của những quyết định của họ chỉ tồn tại trong một thời gian ngắn.

Hạnh phúc không phải là tất cả. Hứng thú mang tính chủ quan không phải là lý do duy nhất giúp chúng ta tồn tại. Những quyết định tốn nhiều công sức, nghiên cứu và sự thận trọng có thể tạo ra được kết quả, về mặt khách quan, tốt hơn so với kết quả của những quyết định tức thời. Một thế giới có nhiều sự chọn lựa thường tạo ra nhiều sự lựa chọn, về mặt khách quan, tốt hơn so với một thế giới chỉ có ít sự chọn lựa. Nhưng đồng thời thì hạnh phúc cũng không phải là không có ý nghĩa gì, và trải nghiệm mang tính chủ quan không phải là điều vặt vãnh. Nếu tính thích nghi tạo cho con người một trải nghiệm chủ quan về những lựa chọn của họ, mà những lựa chọn này họ thấy không xứng với những nỗ lựa đã bỏ ra, thì con người sẽ bắt đầu thấy rằng chọn lựa nhiều không phải là cứu cánh mà là một gánh nặng.

Nên làm thế nào?

Nếu bạn sống trong một thế giới mà bạn phải chịu nhiều đau khổ hơn hạnh phúc thì tính thích nghi đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Khả năng thích nghi là thứ duy nhất có thể cho bạn sức mạnh và lòng dũng cảm để vượt qua. Nhưng nếu bạn sống trong một thế giới mà niềm vui nhiều hơn bất hạnh, thì khả năng thích nghi lại

làm cho bạn không hưởng thụ được sự tốt phước của mình. Hầu hết người Mỹ hiện đại đều được sống trong một thế giới sung túc. Khi chúng ta không nỗ lực để có được điều mình mong muốn thì chúng ta cũng không thể kiểm soát cuộc sống của mình, kiểm soát được sự dư thừa vật chất và kiểm soát được sự tự do được chọn lựa trong một thế giới như thế. Mặc dù tính thích nghi không làm giảm đi những tiến bộ khách quan trong cuộc sốn mà sự tự do và dư thừa như trên mang lại, nhưng nó làm giảm đi sự thỏa mãn mà chúng ta có được từ những tiến bộ ấy.

Nếu chúng ta có thể tìm ra cách để loại bỏ tính thích nghi thì chúng ta có thể tiến một bước dài trong việc cải thiện hạnh phúc cuộc sống. Nhưng tính thích nghi lại là một đặc tính phản hồi phổ biến và quan trọng của con người đối với các sự kiện xảy ra – nó được kiểm soát bằng vi mạch điện tử của hệ thần kinh con người – nên hầu như chúng ta không làm được gì để giảm bớt sự hiện diện của nó một cách trực tiếp.

Tuy nhiên, nếu ý thức được tính thích nghi thì chúng ta có thể dự đoán hiệu ứng của nó, và sẽ ít cảm thấy thất vọng hơn khi nó đến. Có nghĩa là khi sắp ra một quyết định nào đó, chúng ta nên đoán trước cảm giác của mình về quyết định đó không chỉ trong ngày mai mà còn sau này. Trước khi đưa ra quyết định, nếu chúng ta tính đến tính thích nghi, thì chúng ta sẽ thấy cảm giác về lựa chọn của mình lúc đầu và sau này chỉ có khác biệt nhỏ. Tính đến tính thích nghi còn có thể giúp chúng ta hài lòng với lựa chọn của mình dù chúng chỉ vừa phải chứ không hẳn là “tốt nhất”. Điều này, ngược lại, cũng sẽ làm giảm thời gian và nỗ lực của chúng ta khi chọn lựa. Cuối cùng, chúng ta có thể tự nhắc mình hãy biết ơn những gì đang có. Điều nay nghe có vẻ nhàm bởi chúng ta được nghe từ cha mẹ cho đến linh mục nhắc nhở và chúng ta phớt lờ. Nhưng những người hay

biểu lộ sự biết ơn thường là những người khỏe mạnh về thể chất và lạc quan về tương lai hơn những người không như vậy. Người được nhận nhiều sự biết ơn từ người khác thì cũng sáng suốt, nhiệt tình hơn so với những người không được nhận. Và họ cũng có khả năng đạt được mục tiêu cao hơn.

Không giống với tính thích nghi, cảm giác về lòng biết ơn là thứ mà chúng ta có thể tác động trực tiếp. Tập luyện sẽ giúp việc nhận và biểu lộ lòng biết ơn dễ dàng hơn. Nếu chúng ta chú tâm vào những ưu điểm của cuộc sống hiện nay so với trước đây, thì sự thất vọng mà tính thích nghi mang lại có thể giảm đi rất nhiều.

CHƯƠNG 9.
TẠI SAO MỌI THỨ ĐỀU PHẢI BỊ SO SÁNH

Tôi nghĩ rằng không có gì phải bàn cải rằng, việc sập cửa vào tay một ai đó là

một việc xấu, và yêu thương lẫn nhau là tốt. Nhưng hầu hết trải nghiệm của con người không thể đánh giá dựa vào những điều hiển nhiên như vậy, và còn phải dựa vào những yếu tố khác.

Khi chúng ta cân nhắc xem liệu mình có thích một bữa ăn, một kỳ nghỉ hoặc một lớp học nào đó, thì hiển nhiên không tránh được việc tự hỏi “[thích hoặc không vì] so sánh với cái gì?” Đối với những quyết định liên quan đến tương lai, thì câu hỏi “liệu nó tốt hay xấu?” không quan trọng bằng “ nó sẽ tốt hay xấu như thế nào?” Hầu như không có bữa ăn nhà hàng nào thực sự là “tệ” hay nhạt nhẽo đến nỗi chúng ta bỏ luôn bữa ăn và đi khỏi nhà đó. Tuy nhiên, khi chúng ta kể cho bạn bè nghe nhà hang đó tệ thì họ ngầm hiểu rằng chúng ta đã so sánh nhà hàng đó với một chuẩn nào đó, và cái nhà hàng trong câu chuyện này tệ ở mức âm. Phép so sánh chính là quy chuẩn có ý nghĩa nhất.

Các tình huống trong cuộc sống hiện đại dường như kết lại với nhau để làm cho chúng ta cảm thấy ít hài lòng hơn so với mức độ mà chúng ta cần phải vậy. Và có lẽ là nên như vậy, một phần là bởi chúng ta đang so sánh trải nghiệm của chính chúng ta với một chuẩn nào đó cao hơn. Một lần nữa, như chúng ta sẽ thấy, quá nhiều sự chọn lựa đã góp phần dẫn đến sự bất mãn này

Hy vọng, kỳ vọng, trải nghiệm trong quá khứ và những điều khác

Khi con người đánh giá một trải nghiệm nào đó, họ sẽ thực hiện một hay nhiều các phép so sánh sau đây:

1. So sánh trải nghiệm đó với những gì họ hy vọng nó sẽ như vậy
2. So sánh trải nghiệm đó với những gì họ hy vọng về nó
3. So sánh trải nghiệm đó với những trải nghiệm khác họ đã có cách đó không lâu
4. So sánh trải nghiệm đó với những trải nghiệm khác mà người khác đã có

Mỗi phép so sánh trên đều làm cho sự đánh giá trải nghiệm trở nên tương đối. Điều này có thể giảm bớt hoặc gia tăng sự hài lòng của chúng ta về trải nghiệm đó. Nếu một người đi ăn một bữa tối thịnh soạn, và cô ta vừa đọc những dòng giới thiệu hay ho về nhà hàng thì niềm hy vọng hoặc kỳ vọng của cô ta về bữa tối đó sẽ cao. Nếu gần đây cô ta có ăn một bữa ăn ngon ở một nhà hàng khác, thì cô ta sẽ mong đợi nhiều hơn về bữa ăn sắp tới so với bữa ăn trong quá khứ. Nếu ngay trước bữa tối đó cô ta được nghe một người bạn của mình kể chi tiết về một bữa ăn mà người này vừa ăn, thì tiêu chuẩn so sánh của cô ấy dựa trên mức độ của bữa ăn được kể đó. Tóm lại người đầu bếp trong nhà hàng sẽ chịu thử thách khi phải làm ra một bữa ăn để làm cho nhiệt kế hài lòng cô ấy chỉ ở mức cao. Nếu ngược lại, một người nào đó vội vàng bước vào một nhà hàng đầu tiên mà cô ta thấy chỉ vì cô ta quá đói, nếu nới đó chỉ khiêm tốn và thực đơn thì đơn giản, nếu cô ta có một bữa ăn rất tệ vào ngày hôm trước, nếu bạn cô ta kể cho cô ta về bữa ăn dở tệ mà người ấy ăn phải gần đây, thì rất có khả năng rằng cô ấy sẽ dễ dàng hài lòng với bữa ăn mà cô có. Cùng một bữa ăn, cùng một nhà hàng, có thể được đánh giá tiêu cực dựa trên những so sánh cao hơn, nhưng lại được đánh giá tích cực khi dựa trên những so sánh thấp hơn. Nhìn chung thì chúng ta cũng không thể nhận ra rằng các đánh giá của mình giống như một lời bình luận chủ quan về bữa ăn hơn là về thực chất của bữa ăn đó.

Tương tự như vậy, việc đạt được điểm B+ trong một kỳ thi khó cũng có thể tạo ra cảm giác tốt hoặc xấu trên thang đo hứng thú.

Trước đó bạn hy vọng mình được điểm A hay B? Trước đó bạn kỳ vọng bài làm được điểm B hay A? Thương thì bạn hay được điểm A hay điểm B hơn? Và bạn cùng lớp của bạn được điểm gì?

Nhà khoa học về xã hội Alex Michalos, trong một cuộc thảo luận về đặc tính của trải nghiệm được con người nhận thức, cho rằng con người lập các chuẩn về mức độ hài lòng dựa trên đánh giá ba điểm cách biệt sau đây: "Cách biệt giữa những gì mình có và những gì mình muốn, Cách biệt giữa những gì mình có và những gì mà những người đồng trang lứa với mình có, Cách biệt giữa những gì mình đang có và điều tốt nhất trong quá khứ mình đã từng có". Michalos nhận thấy rằng hầu hết sự đa dạng về mức độ thỏa mãn của con người có thể được giải thích được dựa trên ba điểm cách biệt ở trên, chứ không phải sự khác biệt giữa chính các trải nghiệm khác quan. Tôi đã thêm vào sự cách biệt thứ tư, đó là cách biệt những gì mình có và những gì mình kỳ vọng.

Khi những điều kiện về xã hội và vật chất được cải thiện thì chuẩn so sánh của chúng ta cũng cao hơn. Khi chúng ta đã tiếp xúc với món đồ có chất lượng cao thì chúng ta bắt đầu phải chịu "lời nguyền của nhận thức". Những đồ vật có chất

lượng kém hơn mà trước đây chúng ta vui vẻ chấp nhận thì giờ đây đã không còn đạt chuẩn nữa. Điểm 0 – điểm mốc của mức độ hứng thú cứ nhích dần lên trên, và những mong muốn lẫn khát vọng cũng lên theo cùng với nó.

Ở vài khía cạnh nào đó, có thể nói tiêu chuẩn cho mức độ tạm chấp nhận được càng cao thì càng thể hiện sự phát triển. Khi con người đòi hỏi nhiều hơn thì thị trường mới đáp ứng nhiều hơn, có cầu thì có cung. Một phần là bởi vì khi các thành viên trong xã hội ngày càng tăng chuẩn khi đánh giá một cái gì đó là tốt, và con người bây giờ có cuộc sống vật chất tốt hơn trước đây rất nhiều, khách quan mà nói.

Nhưng cũng không phải chủ quan khi nói rằng: nếu cách đánh giá hứng thú của bạn xuất phát từ mối quan hệ giữa đặc tính khách quan của một trải nghiệm và mong muốn của bạn, thì khi đó chất lượng được nâng cao của trải nghiệm sẽ đáp ứng được mong muốn của bạn và bạn đang đi đúng hướng. "Máy chạy đua hứng thú" và "máy chạy đưa thỏa mãn", mà tôi đã thảo luận trong chương vừa rồi,

giải thích ở một mức độ đáng kể về việc thu nhập thực sự có thể tăng bằng hệ số 2 (ở Mỹ) và hệ số 5 (ở Nhật) mà không có ảnh hưởng đáng kể nào về cảm giác hạnh phúc chủ quan của các thành viên trong xã hội đó. Nếu mong muốn theo kịp với nhận thức thì con người có thể được sống tốt hơn về mặt khách quan, nhưng họ sẽ không chắc họ sẽ cảm thấy vui vẻ hơn với cuộc sống đó.

Triển vọng, khuôn mẫu và đánh giá

Chúng ta sẽ thấy một trải nghiệm nào đó là tích cực nếu trải nghiệm đó là một sự tiến bộ so với trước đó và sẽ cảm thấy tiêu cực nếu trải nghiệm đó tệ hơn so với trước đây. Để hiểu được chúng ta đánh giá một trải nghiệm như thế nào thì trước tiên cần phải tìm ra chúng ta có xuất phát điểm hứng thú là từ đâu.

Trong chương 3, tôi đã nhấn mạnh ở chỗ ngôn ngữ có thể ảnh hưởng đến cảm giác về một trải nghiệm như thế nào, và vì vậy cũng ảnh hưởng việc tạo ra điểm mốc

- điểm 0. Một tấm biển tại một trạm xăng nói rằng "giảm giá cho ai trả bằng tiền

mặt" đã đặt điểm 0 nằm ở giá phải trả khi thanh toán bằng thẻ tín dụng. Một tấm biển khác nói rằng "tính giá đắt hơn cho ai trả bằng thẻ tín dụng"đã đặt điểm xuất phát nằm ở giá xăng khi trả bằng tiền mặt. Mặt dù chênh lệch giữa giá trả bằng tiền mặt và giá trả bằng thẻ tín dụng có thể như nhau ở cả hai trạm xăng, nhưng người ta sẽ cảm thấy bực mình nếu bị tính thêm tiền và cảm thấy vui sướng nếu được giảm giá.

Nhưng ngôn ngữ thể hiện không phải là yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến việc xác định điểm mốc. Những kỳ vọng của con người cũng có ảnh hưởng. "Tôi mong đợi bữa ăn này (điểm thi, rượu vang, kỳ nghỉ, công việc, mối quan hệ lãng mạn) ngon hoặc tốt hơn như thế nào?" , mọi người thường tự hỏi mình như vậy. Và sau đó tự hỏi mình "vậy nó tốt/ngon ở mức độ nào?" Nếu trải nghiệm đó tích cực đúng như họ mong đợi thì người ta sẽ cảm thấy thỏa mãn, nhưng họ sẽ không cảm thấy quá sung sướng. Niềm hứng khởi thực sự chỉ đến khi một trải nghiệm nào đó vượt quá sự mong đợi. Những trải nghiệm trong quá khứ cũng ảnh hưởng đến việc xác định điểm mốc, mà điểm này là một phần của quy luật thích nghi. "Nó (bữa ăn …) có tốt/ ngon như lần trước không?", chúng ta hỏi. Nếu đúng là như thế thì chúng ta được thỏa mãn, nhưng chúng ta sẽ không thấy thúc sự phấn khích.

Lời nguyền rủa của những kỳ vọng

Vào mùa thu năm 1999, tờ Thời báo New York và Tin tức CBS đã yêu cầu một số thanh niên so sánh trải nghiệm của các em và trải nghiệm của cha mẹ các em lúc họ mới lớn. Kết quả cuối cùng là 43% người tham dự nói rằng họ phải trả qua một thời gian khó khăn hơn so với cha mẹ trên tổng số. Nhưng trong số những em sống trong gia đình giàu có thì có tới 50% các em bảo rằng cuộc sống của mình khó khăn hơn. Khi được hỏi, thì những thiếu niên từ những gia đình giàu có kể về những mong muốn cao xa của mình lẫn của cha mẹ. Các em nói về một hiện tượng gọi là "quá nhiều": quá nhiều hoạt động, quá nhiều lựa chọn về đồ đạc, quá nhiều thứ phải học. Trong khi thiếu niên đến từ những gia đình có kinh tế kém hơn thì kể về việc làm bài tập dễ dàng hơn như thế nào nếu các em có máy tính và Internet, thì những sinh viên nhà giàu lại nói về việc cuộc sống bị xáo trộn như thế nào vì máy tính và Internet. Một nhà bình luận giải thích rằng "Sức ép mà trẻ em cảm thấy chính là để chắc chắn rằng chúng không bị tụt hậu. Mọi thứ đều tiến lên phía trước… Bị tụt hậu đằng sau chính là cơn ác mộng của người Mỹ." Cho nên nếu chỗ đứng của bạn càng cao thì càng có nhiều chỗ để tuột dốc hơn so với nếu chỗ đứng của bạn thấp. Barbara Ehrenreich thì nói rằng "nỗi sợ bị rớt lại phía sau" chính là sự nguyền rủa của kỳ vọng.

Sự nguyền rủa của kỳ vọng hiện diện nhiều trong những khía cạnh của cuộc sống như sức khỏa và chăm sóc sức khỏe. Cho dù cảm thấy bực mình đối với dịch vụ chăm sóc sức khỏe hiện giờ, thì dù sao sức khỏe của người Mỹ vẫn tốt hơn trước kia. Con người không chỉ sống lâu hơn mà họ còn có chất lượng cuộc sống tốt hơn. Tuy nhiên Roy Porter, một nhà lịch sử y học, lại chỉ ra rằng trong một thời đại mà tuổi thọ và việc kiểm soát bệnh tật tốt chưa từng có như thế này, thì cũng xuất hiện

những lo âu chưa từng có về sức khỏe. Người Mỹ mong được sống lâu hơn mà không phải giảm bớt công suất làm việc. Vì vậy, tuy những dịch vụ y tế hiện đại giúp chúng ta kéo dài tuổi thọ nhưng con người có vẻ như cũng không thỏa mãn lắm với điều này.

Tôi cho rằng chính số lượng các tùy chọn và quyền tự chủ mà chúng ta có được trong hầu hết mọi mặt của cuộc sống bây giờ, đã

góp phần tạo nên kỳ vọng ở mức cao hơn so với trong quá khứ. Cách đây vài năm, khi tôi đi nghĩ mát ở một thị trấn ven biển nhỏ ở Oregon, tôi bước vào một tiệm tạp hóa để mua vài thứ cho bữa tối. Khi mua rượu vang, họ đem ra cho tôi khoảng chục loại. Loại mà tôi mua không được ngon lắm, nhưng trước đó tôi đã từng nghĩ rằng mình sẽ chẳng kiếm được thứ gì quá ngon ở đây, vì thế tôi thỏa mãn với những gì tôi mua. Nhưng nếu tôi đi mua tại một cửa hàng có hàng trăm, thậm chí hàng ngàn loại để lựa chọn thì chắc chắn kỳ vọng của tôi sẽ cao hơn rất nhiều. Nếu ở cửa hàng lớn đó mà tôi lại chọn một chai rượu có chất lượng như chai ở Oregon thì chắc chắn tôi sẽ cảm thấy rất thất vọng.

Trở lại với ví dụ mà tôi dùng để mở đầu cuốn sách này, trở lại với thời đồ Jeans chỉ có một vài loại thì tôi sẽ thỏa mãn với cái vừa với tôi, cho dù bộ đồ đó có thế nào. Nhưng bây giờ, khi có biết bao nhiêu thứ, từ cỡ mặc thoải mái, cỡ mặc dễ dàng, cỡ dành cho người mảnh mai, quần ống túm, quần ống rộng, thì có thể đoán được điều gì sẽ xảy ra , đó là tiêu chuẩn của tôi đã cao hơn. Bởi có quá nhiều tùy chọn như thế nên giờ tôi lại muốn mình có một chiếc quần jeans vừa với tôi như được đo ni đóng giày. Sự sinh sôi nảy nở ra nhiều lựa chọn dường như không thể tránh khỏi dẫn đến việc kỳ vọng nhiều hơn. Điều này góp phần làm cho con người có khuynh hướng cầu toàn. Theo định nghĩa người cầu toàn là người có tiêu chuẩn cao, nhiều kỳ vọng. Bởi vì điều này và bởi vai trò của kỳ vọng trong việc đánh giá mức độ hứng thú, thì với cùng một trải nghiệm, người biết tự bằng lòng sẽ cảm thấy tích cực, còn người cầu toàn quá mức lại cảm thấy tiêu cực.

Bài học ở đây là kỳ vọng quá cao có thể gây phản tác dụng. Nhờ việc kiểm soát những kỳ vọng của mình, chúng ta có thể cải thiện chất lượng cuộc sống hơn bất cứ phương pháp nào khác. Hạnh phúc của việc chỉ có những kỳ vọng khiêm tốn đó là chúng ta còn chỗ để được ngạc nhiên thú vị, để hứng thú hơn với những trải nghiệm khác. Thử thách ở đây là tìm được phương pháp để giữ cho kỳ vọng ở mức vừa phải, dù những trải nghiệm thực sự có ngày càng tích cực hơn.

Một phương pháp để đạt được mục tiêu này là hãy làm sao để những trải nghiệm tuyệt vời chỉ diễn ra ít thôi. Cho dù bạn có giàu có

như thế nào thì hãy để dành loại rượu ngon nhất cho những dịp đặc biệt. Cho dù bạn có giàu có thế nào thì cũng hãy để chiếc áo choàng lụa may thật khéo và duyên dáng cho những dịp đặc biệt. Điều này cũng có vẻ giống tập luyện tự từ chối, nhưng tôi không cho rằng như vậy. Ngược lại, đó là cách để chắc chắn rằng bạn sẽ có những trải nghiệm thú vị. Những bữa ăn ngon, những loại rượu ngon và những chiếc áo đẹp có ý nghĩa gì nếu chúng không làm bạn cảm thấy tuyệt diệu?

Lời nguyền của so sánh xã hội

Trong số những tiêu chuẩn mà chúng ta dựa vào để đánh giá trải nghiệm, có lẽ không điều gì quan trọng hơn là so sánh đối với người khác. Câu trả lời cho câu hỏi" mọi việc tôi đang tiến hành như thế nào?" phụ thuộc vào những trải nghiệm, những mong muốn và kỳ vọng trong quá khứ của chúng ta. Và câu hỏi này hoàn toàn không thể hỏi hay trả lời được trong môi trường xã hội chân không. Câu hỏi "mọi việc tôi đang tiến hành như thế nào?" hầu như luôn chứa ngầm ý "so sánh với những việc khác hoặc với người khác".

So sánh về mặt xã hội luôn cung cấp thông tin giúp con người đánh giá trải nghiệm của mình. Nhiều trải nghiệm mang tính mơ hồ nên chúng ta không biết đánh giá chúng như thế nào. Liệu điểm B+ có phải là cao trong một kỳ thi nào đó không? Cuộc sống hôn nhân của bạn có tốt không? Có cần phải lo lắng không nếu con trai bạn thích một loại nhạc đinh tai nhức óc? Bạn có được đánh giá đúng mức trong công việc không? Mặc dù chúng ta có thể đưa ra câu trả lời tương đối cho những câu hỏi như thế này mà không cần phải nhìn xung quanh, nhưng những câu trả lời áng chừng thường không hay. Việc nhìn những người xung quanh khiến chúng ta điều chỉnh lại cách đánh giá. Ngược lại, việc điều chỉnh cách đánh giá giúp người ta quyết định xem cần phải làm gì.

Như chúng ta đã thấy trong chương 7, những điều chưa xác thực mà chúng ta tạo ra có thể hướng đến cái cao hơn (tức tưởng tượng một kết quả tốt hơn) hoặc là hướng xuống dưới (tưởng tượng một kết quả tệ hơn), so sánh xã hội cũng vậy. Người ta có thể tự so sánh mình với những người hơn họ (so sánh xã hội cao hơn) hoặc thua họ (so sánh xã hội thấp hơn). Thông thường thì so sánh xã hội thấp hơn thường làm cho con người phấn khởi hơn, và so sánh xã hội cao hơn thường làm cho họ cảm thấy mình thấp kém hơn. Trong thực tế, các nhà tâm lý xã hội đã chỉ ra rằng so sánh xã hội cao hơn tạo ra sự ghen tị, thù địch, tâm trạng tiêu cực, giận dữ,

ít tự tin, ít hạnh phúc hơn và các triệu chứng stress. Vì vậy, so sánh với những người thấp hơn sẽ làm tăng lòng tự tin, tăng tâm trạng tích cực và giảm căng thẳng

Nhưng không nhất thiết phải như vậy. Đôi khi con người so sánh xã hội lại có phản ứng tích cực đối với so sánh cao hơn và tiêu cực đối với so sánh thấp hơn. Khi thấy rằng những người khác ngày càng trở nên tệ hơn có thể làm bạn nghĩ rằng chính bạn cũng có thể trở nên tệ hơn. Nếu bạn tự so sánh mình với những người kém hơn bạn thì có thể bạn sẽ thấy thích thú khi mình thuộc hành trên, nhưng đồng thời bạn cũng có thể trải qua cảm giác tội lỗi, bối rối, và cảm thấy cần phải đương đầu với sự đố kị và sự oán giận của người khác, và sợ rằng một lúc nào nữa rồi số phận cũng bắt mình như họ. Và khi bạn so sánh mình với những người hơn bạn thì bạn có thể cảm thấy chút ghen tức nhưng bạn có thể cảm thấy được thúc đẩy hơn. Ví dụ trong một nghiên cứu, khi những bênh nhân ung thư được cho biết những người bệnh khác như mình đang ở trong tình trạng tốt hơn thì điều này có thể có thể cải thiện được tâm trạng, có thể bởi vì điều đó cho họ hy vọng rằng tình trạng của minh cũng có thể khá hơn.

Trong nhiều khía cạnh, so sánh xã hội cũng tương đương với quá trình suy nghĩ những điều không xác thực, nhưng có một điểm khác biệt rất quan trọng. Về nguyên tắc cơ bản, chúng ta có thể kiểm soát được khi nào chúng ta sẽ suy nghĩ một cách không xác thực và kiểm soát được nội dung của suy nghĩ đó. Chúng ta chỉ bị giới hạn bởi sự tưởng tượng của chính mình. Nhưng chúng ta ít kiểm soát được so sánh xã hội hơn. Nếu bạn sống trong một thế giới có tính xã hội, như tất cả chúng ta đều thế, thì bạn phải luôn tiếp xúc với những thong tin về việc người khác đang sống thế nào. Giáo viên thong báo điểm của lớp, bạn được điểm B+, đó là một ngữ cảnh xã hội tương đối. Bạn và bạn đời của mình cãi nhau trên đường đến một buổi tiệc, và sau đó khám phá ra rằng những cặp xung quanh bạn đều cảm thấy vui sướng với sự có mặt của người kia. Bạn vừa không được lên chức và bạn nghe được công việc của chị em mình đang tiến triển rất tốt. Những thông tin kiểu này không thể tránh khỏi. Điều tốt nhất mà bạn có thể làm chính là đừng để mình suy nghĩ ủ ê về việc đó.

Cuộc chạy đua về địa vị

Con người thường so sánh xã hội phần lớn là vị họ quan tâm đến địa vị, và dĩ nhiên địa vị cũng được tạo nên bởi so sánh xã hội. Sự thỏa mãn về những thành tựu hay vật chất nào đó xuất phát một phần từ ý thức rằng những người khác không thể

bằng mình được. Khi những người khác bắt đầu vượt lên thì mong muốn của những người đã đi trước tăng lên, điều này giúp họ duy trì được vị trí ưu thế của mình.

Trong cuốn sách *Lựa chọn cái ao phù hợp*, nhà kinh tế học Robert Frank đã chỉ ra cuộc sống xã hội được quyết định như thế nào bởi chính mong muốn được làm ”con cá lớn” trong cái “ao” của chúng ta. Nếu chỉ có một cái ao duy nhất – nếu mọi người phải so sánh địa vị của mình với địa vị tất cả những người khác – thì chắc chắn tất cả chúng ta đều là kẻ thua cuộc. Suy cho cùng, trong một ao mà có cá voi, thì cá mập sẽ trở nên nhỏ bé. Vì vậy, thay vì chúng ta tự so sánh mình với hết thảy những người khác thì chúng ta hãy cố gắng khoanh vùng lại thế giới thành một thế giới nhỏ hơn. Trong thế giới đó, khi chúng ta so sánh mình với một nhóm khác thì chúng ta là người thành đạt. Sẽ tốt hơn nếu bạn là một luật sư có lương cao thứ 3 trong một công ty nhỏ và kiếm được 120,000 đô trong một năm, so với một luật sư chỉ tầm tầm bậc trung trong một công ty lớn với mức lương 150.000 đô một năm. Cách để cảm thấy hạnh phúc, cũng là cách để thành công khi theo đuổi địa vị xã hội, đó là tìm ra cái ao thích hợp với chúng ta và ở trong đó.

Người ta quan tâm đến địa vị nhiều như thế nào? Một vài năm trước đây, một nghiên cứu được thức hiện trong đó những người tham gia được cho các cặp tình huống giả định cá nhân và họ được yêu cầu cho biết họ thích cái nào hơn. Ví dụ như mọi người yêu cầu chọn giữa việc kiếm 50,000 đô mỗi năm trong khi những người khác chỉ kiếm được 25,000 đô và kiếm 100,000 đô mỗi năm trong khi những người khác kiếm được 200,000 đ. Họ đã được yêu cầu chọn giữa việc được đi học 12 năm trong khi những người khác chỉ đi học 8 năm, và việc mình đi học 16 năm trong khi những người xung quanh học đến 20 năm. Họ đã được yêu cầu chọn giữa việc mình có chỉ số thông minh 110 trong khi người xung quanh chỉ có 90 và có

chỉ số thông minh 130 trong khi những người xung quanh tới 150. Trong đa số các tình huống, quá nửa những người tham gia chọn việc mình có một vị trí tốt hơn tương đối so với những người khác. Tức họ muốn được làm con cá lớn trong một cái ao nhỏ, kiếm được 50,000 đô mỗi năm, hơn là một con cá nhỏ, kiếm 100,000 đô, trong một cái ao lớn .

Địa vị, so sánh xã hội và lựa chọn

Quan tâm về địa vị xã hội là vấn đề không có gì mới. Tuy nhiên, tôi cho rằng vấn đề này ngày nay sâu sắc hơn so với trước đây. Và một lần nữa, vấn đề này lại quay trở lại với việc ngày nay chúng ta có quá nhiều sự chọn lựa. Nếu dựa theo lí luận "lựa chọn cái ao phù hợp" của Frank thì cái ao phù hợp nghĩa là gì? Khi chúng

ta buộc phải so sánh xã hội, vậy thì chúng ta sẽ so sánh mình với ai đây? Ở những thời đại trước đây, thì những so sánh như vậy thường có tính địa phương. Chúng ta chỉ nhìn xung quanh hàng xóm của mình và các thành viên trong gia đình. Chúng ta không được tiếp cận thông tin về những người ở bên ngoài phạm vi xã hội của mình. Nhưng với sự bùng nổ về công nghệ truyền thông như ti vi, phim ảnh, Internet thì hầu hết mọi người đều được tiếp cận thông tin về những người khác. Một người sống trong một khu lao động ở thành thị vào 40 năm trước thì có thể hài lòng với mức thu nhập dưới mức trung lưu của mình, bởi cuộc sống của anh ta lúc đó là tương đối tốt so với những người xung quanh. Lúc đó không có điều gì đáng kể để thúc đẩy mong muốn cải thiện địa vị xã hội của anh ta. Nhưng bây giờ thì lại không như thế nữa. Giờ đây anh ta sẽ được nhìn thấy cảnh sống sung sướng của những người giàu có xung quanh mỗi ngày. Dường như ngày nay tất cả chúng ta đều đang bơi trong một cái ao khổng lồ, và cuộc sống của những người khác đều có thể trở thành cuộc sống của chính chúng ta. Tiêu chuẩn so sánh ngày càng cao càng trở nên phổ biến và xa vời, điều này làm giảm đi sự thỏa mãn của chúng ta khi chúng ta chỉ ở mức trung bình hoặc dưới trung bình, cho dù cuộc sống hiện tại của chúng ta thực sự đã cải thiện hơn trước.

Cuộc đua về vị trí

Nếu chúng ta ngừng thảo luận ở đây thì thật dễ đi đến kết luận rằng, việc bất mãn được gây ra bởi so sánh xã hội có thể được giải quyết bằng cách bảo mọi người hãy ít quan tâm đến địa vị đi. Việc thất vọng về địa vị xã hội có thể được hiểu như một vấn đề gây ảnh hưởng đến xã hội thông qua ảnh hưởng đến các cá nhân. Sự thất vọng này có thể được giải quyết bằng cách thay đổi thái độ của từng cá nhân, từng người một.

Nhưng cho dù chúng ta có tuyên truyền mọi người ít quan tâm đến địa vị đi thì họ cũng sẽ vẫn chưa thỏa mãn với những gì mình có, bởi họ có lí do chính đáng để tin rằng dù mình có nhiều cỡ nào thì vẫn chưa đủ. Hệ thống kinh tế và xã hội của chúng ta, mà trong đó không phải ai cũng có những thứ cao cấp quý hiếm đáng mơ ước, vốn đã luôn thúc đẩy mọi người sống theo cách không ngừng bất mãn và so sánh, và vị thế những con người không quan tâm đến hệ thống này sẽ không tồn tại.

Như tôi đã đề cập trong chương 4, trong cuốn sách *Các nhân tố xã hội hạn chế phát triển,* nhà kinh tế học Fred Hirsch cho rằng trong khi những phát triển về công nghệ có thể làm tăng số người có thể sống dựa vào một nông trại rộng một mẫu Anh (0,4 hecta) hoặc tăng số trẻ em được chích ngừa bại liệt giá 1,000 đô, thì

cũng có những hàng hóa mà không có tiến bộ về kĩ thuật công nghệ nào có thể làm chúng được phổ biến rộng rãi. Ví dụ không phải ai cũng có khả năng sở hữu được một mẫu đất ven biển. Không phải ai cũng làm được những công việc thú vị nhất. Không phải ai cũng có thể trở thành ông chủ. Không phải ai cũng có thể được học những trường tốt hoặc là thành viên của những câu lạc bộ danh tiếng. Không phải ai cũng được chữa bệnh bởi những bác sĩ giỏi nhất ở những bệnh viện tốt nhất. Hirsch gọi những hàng hóa như thế này là *hàng hóa địa vị*, bởi vì việc con người có sở hữu được những hàng hóa này hay không phụ thuộc vào địa vị của họ. Cho dù một người có nhiều thứ như thế nào, nhưng nếu những người xung quanh cũng có tương tư như họ, thì anh ta có rất ít cơ hội được thưởng thức những loại hàng hóa xã hội này. Không phải ai cũng có tranh Van Gogh để treo trong phòng khách. Nếu càng

nhiều người có khả năng sử dụng một mặt hàng nào đó thì giá trị của mặt hàng này lại giảm đi do nó đã xuất hiện hàng loạt và không còn hiếm như trước. Khu vực thành phố New York có vài bãi biển đẹp, đủ sức chứa hàng ngàn người. Nhưng nếu càng có nhiều đến những khu vực này thì chúng càng trở nên chật chội và thiếu chỗ để phơi nắng, sẽ càng trở nên ồn ào và hầu như không thể lắng nghe mình nghĩ gì, những bãi biển này càng bẩn thỉu đến nỗi không còn cảm hứng muốn nhìn và xa lộ dẫn tới những bãi biển này trở thành những bãi đổ xe. Trước những tình trạng như vậy thì cách duy nhất để có thể được tắm biển theo ý bạn muốn đó là phải đi xa hơn ra khỏi thành phố, điều này làm tốn nhiều thời gian hơn, hoặc là thuê riêng cho mình một bãi tắm biển đắt tiền.

Tất cả chúng ta có thể đều đồng ý rằng mọi người sẽ trở nên thoải mái hơn nếu có ít cạnh tranh về địa vị hơn. Cuộc cạnh tranh này thật căng thẳng, lãng phí và làm cuộc sống con người khổ sở. Các bậc cha mẹ luôn mong muốn con mình có được những thứ tốt nhất thường thúc đẩy con mình học nhiều để nó có thể vào được một trường đại học tốt. Nhưng các bậc cha mẹ khác cũng mong muốn như vậy. Và thế là họ càng thúc con mình nhiều hơn. Nhưng những người khác cũng thúc con mình như thế. Do đó họ cho con mình theo học những chương trình bồi dưỡng ngoài giờ học và những trại hè mang tính giáo dục. Nhưng những người khác cũng làm như vậy. Bây giờ các bậc cha mẹ lại đi mượn tiền để cho con mình vào được trường tư. Một lần nữa, những người khác cũng theo đuôi. Và cá bậc cha mẹ này lại rầy la con mình để bắt chúng trở thành nhạc sĩ hay vận động viên vĩ đại, hoặc trở thành một người nào đó nổi bật hơn những đứa trẻ khác. Các bậc phụ huynh lại thuê gia sư và thầy dạy riêng cho con mình. Và dĩ nhiên, những phụ huynh khác cũng lam tương tự, hoặc ít nhất những ai mà chưa bị phá sản sẽ tiếp tục theo đuổi cho được như vậy. Trong khi đó, dứa con tội nghiệp đã bị cha mẹ tra tấn quá mức bởi những

kỳ vọng của họ đến nỗi em mất hứng vào những thứ mà cha mẹ bắt em phải học “vì tương lai của con mà”.

Sinh viên học sinh cố gắng để có được điểm cao mặc dù chúng không hứng thú trong việc học. Mọi người luôn cố gắng tìm sự thăng tiến trong công việc mặc dù họ đang hài lòng với công việc hiện tại

của mình. Điều nãy cũng giống như ở trong một sân vận động đông đúc xem một trận thi đấu gay cấn. Những khán giả hàng đầu đứng lên để xem được rõ hơn và tiếp theo đó sẽ là phản ứng dây chuyền. Những người khác cũng sẽ nhanh chóng đứng lên, chỉ để được xem rõ như trước đó. Mọi người sẽ đều đứng lên chứ không ngồi, nhưng vị trí xem của họ lúc đó sẽ chẳng được cải thiện. Và nếu một ai đó đơn phương và kiên quyết không chịu đứng, thì coi như anh ta không tham gia trận đấu đó. Khi mọi người theo đuổi một thứ hàng hóa địa vị nào đó thì không thể để mình lẹt đẹt phía sau được. Chọn cách không tiếp tục đứng lên đồng nghĩa với thua cuộc.

So sánh về mặt xã hội: có phải mọi người đều có?

Mặc dù thông tin về sao sánh xã hội dường như có mặt khắp nơi, nhưng không phải ai cũng chú ý đến nó, hoặc ít nhất không phải ai cũng bị ảnh hưởng. Nhà tâm lý Sonja Lyubomirsky và đồng nghiệp đã tiến hành một loạt các nghiên cứu để tìm ra sự khác biệt giữa các cá nhân về phản ứng của họ đối với thông tin về sao sánh xã hội. Nhóm nghiên cứu này khám phá ra rằng loại thông tin đó ít ảnh hưởng đến những người cảm thấy mình hạnh phúc.

Lyubomirsky bắt đầu bằng việc phát cho mọi người một bảng câu hỏi dùng để đo mức độ hạnh phúc thường xuyên của họ (khác với tâm trạng tức thời của họ vào một lúc nào đó), nhằm phân loại những người này thuộc dạng tương đối hạnh phúc hay không hạnh phúc.

BẢNG ĐO MỨC ĐỘ HẠNH PHÚC CHỦ QUAN

Đối với mỗi phát biểu và / hoặc câu hỏi sau đây, hãy khoanh tròn thang điểm mà bạn cho rằng thích hợp với mình nhất

1. Nói chung tôi tự thấy mình: 1 2 3 4 5 6 7

Không hạnh phúc lắm   Rất hạnh phúc

1. Khi so sánh mình với những người đồng trang lứa, tôi tự thấy mình 1 2 3 4 5 6 7

Ít hạnh phúc hơn   Hạnh phúc hơn

1. Một số người nói chung rất hạnh phúc. Họ tận hưởng cuộc sống bất kể điều gì đang xảy ra và luôn nhìn mọi việc theo hướng tốt nhất. Tích cách này giống

với bạn ở mức độ nào?

1 2 3 4 5 6 7

Không giống chút nào   Giống nhiều

1. Một số người nói chung không hạnh phúc lắm. Mặc dù họ không chán nản nhưng họ dường như không bao giờ hạnh phúc như cần phải thế. Tích cách này

giống với bạn ở mức độ nào?

1 2 3 4 5 6 7

Không giống chút nào   Giống nhiều

(Đã được phép sao chép của nhà xuất bản Kluwer Academic)

Sau đó trong một nghiên cứu, mỗi cá nhân được yêu cầu xếp lại trật tự của những từ bị đảo cùng lúc với một người khác (thực sự người này nằm trong nhóm những người nghiên cứu). Đôi khi người này tiến hành công việc tốt hơn người tham gia và đôi khi làm tệ hơn. Lyubomirsky nhận thấy rằng những người hạnh phúc thường chỉ bị ảnh hưởng rất ít bởi việc người cùng làm với mình làm tốt hơn hay tệ hơn mình. Sau đó họ được yêu cầu tự đánh giá khả năng của mình khi sắp xếp lại các chữ đó và họ cảm thấy như thế nào. Những người hạnh phúc thì đánh giá khả năng của mình cao hơn so với trước khi làm thí nghiệm đó. Họ đánh giá về khả năng và tâm trạng của mình tốt hơn một chút nếu người cùng làm với họ chậm hơn họ so với khi họ làm với người giỏi hơn mình. Nhưng trong cả hai trường hợp thì họ đều tự đánh giá bản thân cao hơn. Ngược lại, những người không hạnh phúc thì lại tự đánh giá mình cao hơn và có tâm trạng tốt hơn nếu người cùng làm kém hơn họ. Và thấy mình kém hơn và tâm trạng xấu hơn nếu họ làm cũng với một người giỏi hơn.

Trong nghiên cứu thứ hai, người tham gia được yêu cầu quay phim một buổi học dành cho trẻ em trước tuổi đi học. Một "chuyên gia" (người này cũng nằm trong

nhóm nghiên cứu) đưa cho những người tham gia những nhận xét chi tiết về công việc của họ. Người tham gia sẽ cùng tiến hành với một người khác, cũng được giao nhiệm vụ quay buổi học đó. Điều thú vị ở đây nằm ở chỗ nhận xét sẽ ảnh hưởng đến tâm trạng của người tham gia như thế nào. Tâm trạng của người hạnh phúc được cải thiện khi họ nhận được nhận xét tích cực và chùng xuống khi họ bị nhận xét tiêu cực, nhưng họ không quan tâm đến việc người cùng tiến hành với mình được nhận xét như thế nào. Ngược lại, những người không hạnh phúc lại bị ảnh hưởng rất nhiều bởi những nhận xét dành cho người cùng làm với mình. Nếu người tham gia này có được nhận xét tốt và người cùng làm với họ lại được nhận xét tốt hơn thì tâm trạng của họ sẽ tệ hơn. Nhưng nếu người tham gia nhận được nhận xét không tốt, và người cùng làm với họ được nhận xét còn tệ hơn họ, thì họ lại thấy vui hơn. Vì vậy

dường như điều duy nhất có ý nghĩa với những người không hạnh phúc đó là việc họ làm thì như thế nào so với người cùng làm với họ. Đối với học việc bị xem là một giáo viên tồi nhưng những người khác còn tồi hơn, thì không tệ bằng họ được xem là giáo viên giỏi nhưng những người khác còn giỏi hơn.

Trong nghiên cứu tiếp theo, Lyubomirsky cố gắng tìm ra những yếu tố nào khiến những người hạnh phúc và không hạnh phúc có phản ứng khác nhau đối với cùng một tình huống. Cô tìm ra rằng khi cả hai nhóm người được yêu cầu nghĩ về một điều gì khác sau khi họ bị nhận xét không tốt về việc gì đó, thì điểm khác biệt về phản ứng của họ đối với nhận xét đó biến mất: hai nhóm đều phản ứng như nhóm người hạnh phúc. Và nếu cả hai nhóm được yêu cầu nghĩ về những nhận xét không tốt thì cũng không có sự khác biệt nào giữa họ: lần này, cả hai nhóm đều phản ứng như nhóm người không hạnh phúc. Điều rút ra ở đây chính là điểm khác biệt của việc bỏ qua và việc cứ trầm ngâm suy nghĩ về một điều gì đó không hay. Những người hạnh phúc có khả năng bỏ qua để tiếp tục tiến lên, trong khi những người không hạnh phúc lại cứ mắc vào việc trầm ngâm suy nghĩ và tự làm cho mình khổ sở hơn.

Trong nghiên cứu này chúng ta không thể nói chắc chắn đâu là nguyên nhân và đâu là hệ quả. Liệu có phải những người không hạnh phúc thường hay nghiền ngẫm hơn những người hạnh phúc về so sánh xã hội, hay là chính việc hay nghiền ngẫm về so sánh xã hội làm cho một ai đó trở nên không hạnh phúc? Tôi e rằng cả hai đều đúng – chinh khuynh hướng hay tư lự lại làm cho những người không hạnh phúc bị mắc vào đường xoắn ốc tâm lý đi xuống – đường xoắn ốc này được nuôi dưỡng bởi so sánh xã hội. Dĩ nhiên hoàn toàn có thể nói rằng, dựa trên nghiên cứu

có sẵn, so sánh xã hội không cải thiện được sự thỏa mãn của một người nào đó đối với chọn lựa của họ.

Cầu toàn, thỏa mãn và so sánh xã hội

Mức độ hạnh phúc của bạn không phải là yếu tố duy nhất làm sai lệch phản ứng của bạn đối với so sánh xã hội. Một lần nữa, bạn là cầu toàn hay biết thỏa mãn cũng là một yếu tố quan trọng.

Trong nghiên cứu mà tôi đã thảo luận ở chương 4, chúng tôi đưa cho những người tham gia điền vào bản điểm đánh giá mức độ cầu toàn sau đó đặt họ vào một tình huống tương tự như tình huống mà tôi vừa trình bà. Họ phải sắp xếp lại những chữ cái lộn xộn cũng với một người khác, người này có thể làm nhanh hơn hoặc chậm hơn họ. Chúng tôi thấy rằng người cầu toàn thường bị ảnh hưởng nhiều bởi sự có mặt của người khác hơn so với người biết thỏa mãn. Sắp xếp lại chữ cái lộn xộn với một người nào khác có vẻ làm tốt hơn mình khiến cho người cầu toàn cảm thấy tâm trạng xấu đi và tự đánh giá khả năng của mình thấp hơn. Những thông tin về so sánh xã hội không gây ảnh hưởng như thế cho những người biết thỏa mãn.

Ngoài ra, khi người cầu toàn và người biết thỏa mãn cùng được hỏi về việc họ mua sắm như thê nào thì người cầu toàn trả lời theo cách quan tâm đến so sánh xã hội hơn những người biết thỏa mã. Người cầu toàn chú ý đến việc người xung quanh mua gì hơn so với người biết thỏa mãn, và họ cũng dễ bị ảnh hưởng trong cách đánh giá về sự thỏa mãn của chính mình bởi sự thỏa mãn của những người khác.

Nếu bạn suy nghĩ về việc cầu toàn đòi hỏi những gì thì kết quả cũng không ngạc nhiên. Những người cầu toàn muốn có cái tốt nhất, nhưng làm thế nào bạn biết được cái mình có là tốt nhất nếu không nhờ vào so sánh? Và ở mức độ khi chúng ta có nhiều chọn lựa hơn thì việc giải quyết định cái nào là tốt nhất càng trở nên cực kỳ khó khăn. Người cầu toàn làm cho đánh giá của mình trở thành nô lệ cho những trải nghiệm của người khác.

Những người biết thỏa mãn lại không gặp vấn đề này. Người biết thỏa mãn là người luôn mong đạt được kết quả phù hợp và có thể sử dụng trải nghiệm của người khác để quyết định cho mình chính xác thế nào là “phù hợp”, nhưng thường thì họ không làm như vậy. Họ có thể dựa vào đánh giá bên trong của mình để tạo ra những tiêu

chuẩn riêng. Một mức lương “phù hợp” là một mức lương có thể giúp họ mua được một nơi tươm tất để ở, một số bộ đồ đẹp, thỉnh thoảng đi ăn tối ở ngoài… vv…. Họ không quan trọng việc người khác có thể kiếm được nhiều hơn mình. Một dàn

âm thanh vừa phải là dàn âm thanh có thể thỏa mãn được yêu cầu của họ về độ trung thực của âm thanh, về sự tiện lợi, vỏ ngoài và độ bền.

Và trong hai cách tiếp cận đối lập như trên chúng ta khám phá ra một điều gì đó đối nghịch. Từ “cầu toàn” có ngụ ý một ước mơ luôn muốn cái tốt nhất cho thấy những tiêu chuẩn ở đây mang tính tuyệt đối. Dường như chỉ có một cái là “tốt nhất” cho dù khó mà chọn được cái đó là cái nào. Có thể rằng một người có những tiêu chuẩn tuyệt đối sẽ không quan tâm hay bị ảnh hưởng nhiều bởi việc những người khác đang làm gì. Ngược lại, sự thỏa mãn ngụ ý ước muốn đạt được điều gì đó vừa phải lại cho thấy những tiêu chuẩn tương đối - tương đối so với những trải nghiệm trong quá khứ của họ và những trải nghiệm trong quá khứ của người khác. Tuy nhiên, những gì chúng ta thấy lại là điều ngược lại. Chính những người cầu toàn mới có những tiêu chuẩn tương đối và những người biết thỏa mãn lại có những tiêu chuẩn tuyệt đối. Theo lý thuyết, cái “tốt nhất” là một lý tưởng tồn tại độc lập với những gì người ta có. Còn trong thực tế, quyết định được cái tốt nhất thật khó đến nỗi con người cứ phải luôn so sánh với những cái khác. “Vừa phải” không phải là một tiêu chuẩn khách quan tồn tại hiển nhiên theo cách ai cũng thấy được. Nó sẽ luôn liên quan đến người đóng vai trò đánh giá. Nhưng nói một cách chặt chẽ hơn, nó sẽ không, hoặc không cần phải liên quan đến những tiêu chuẩn hay thành tựu của những người khác. Vì vậy, một lần nữa, biết thỏa mãn dường như là cách tốt hơn cả để duy trì sự tự chủ của mình trước vô vàn những lựa chọn ngày càng nhiều.

Các lựa chọn và so sánh xã hội

Chúng ta đã thấy được nếu càng có nhiều lựa chọn thì chúng ta càng gặp nhiều khó khăn khi tổng hợp thông tin nhằm đưa ra một quyết định sáng suốt. Thông tin càng khó tổng hợp thì càng có khả năng bạn phải phụ thuộc vào lựa chọn của người khác. Cho dù bạn không có ý định tìm cho ra loại giấy dán tường tốt nhất cho căn bếp của mình thì khi phải đối mặt với hàng trăm ngàn lựa chọn, việc tìm được loại nào tốt vừa phải có thể phụ thuộc rất lớn vào việc bạn biết được những người khác đã chọn loại nào. Càng nhiều sự lựa chọn thì bạn càng có khuynh hướng nhòm ngó xem những người khác chọn cái gì. Nhưng nếu bạn so sánh xã hội nhiều thì càng có khả năng bạn sẽ bị nó tác động, và những tác động như vậy có khuynh hướng tiêu cực. Vì vậy nếu bạn cứ luôn bắt mình phải xem thử người khác đang làm điều gì trước khi ra quyết định, thì thế giới đầy những lựa chọn này thường sẽ khiến cho chúng ta cảm thấy không hài lòng với quyết định của mình hơn, so với việc bạn không nhòm ngó những người khác trước khi quyết định. Đây chính là một lý do

khác giải thích tại sao chúng ta càng có nhiều tùy chọn thì chúng ta càng cảm thấy ít thỏa mãn với những gì chúng ta chọn.

CHƯƠNG 10. NGUYÊN NHÂN DO ĐÂU ? LỰA CHỌN, THẤT VỌNG VÀ CHÁN NẢN

Như tôi đã nêu, nếu chúng ta có vô số lựa chọn thì chúng ta nhận được kết quả tốt hơn khi quyết định so với nếu chúng ta chỉ có ít lựa chọn, nhưng thực ra chúng ta lại cảm thấy không hài lòng với quyết định của mình hơn so với khi chỉ có ít lựa chọn. Tuy nhiên vấn đề ở đây không chỉ gây ra một chút thất vọng. Tôi cho rằng quá nhiều lựa chọn có thể dẫn tới sự đau khổ thật sự. Khi kết quả của những quyết định - về những việc vặt vãnh hay những việc quan trọng, về những vấn đề cần mua hay về công việc hoặc mối quan hệ nào đó - làm ta thất vọng thì chúng ta sẽ hỏi tại sao. Và khi chúng ta hỏi tại sao, các câu trả lời mà chúng ta nghĩ ra thường khiến chúng ta tự trách mình.

"Chỉ số hạnh phúc" của người Mỹ trong hơn một thế hệ qua đã luôn đi xuống từ từ. Mặc dù người Mỹ có tổng sản phẩm quốc nội - tiêu chí chính để đo sự thịnh vượng - tăng hơn gấp đôi trong hơn 30 năm qua, nhưng tỉ lệ dân số tự cho mình "cực kỳ hạnh phúc" lại giảm khoảng 5%. Con số này nghe có vẻ không nhiều nhưng 5% lại tương đương với khoảng 14 triệu người - những người này đã từng nói rằng họ hạnh phúc trong những 70 năm, nhưng giờ đây họ không cảm thấy thế nữa. Tình trạng như thế cũng xảy ra đối với những người được hỏi những câu hỏi cụ thể hơn về mức độ hạnh phúc trong hôn nhân, công việc, tình trạng tài chính và nơi ở. Dường như xã hội Mỹ ngày càng giàu có hơn, người Mỹ ngày càng có nhiều tự do theo đuổi và làm những việc mình muốn hơn, và chính họ cũng lại cảm thấy càng ngày mình càng ít hạnh phúc.

Biểu hiện đáng kể nhất của sự sụt giảm mức độ hạnh phúc của xã hội là ở sự phổ biến của tình trạng chán nản bệnh lý, con người nằm ở tận cùng bên kia của "thước đo hạnh phúc". Một vài thước ước lượng cho thấy tình trạng buồn chán và năm 2000 đã tăng khoảng gấp 10 lần so với vào năm 1900.

Những chịu chứng chán nản bao gồm:

- Mất niềm vui hoặc hứng thú trong những hoạt động thường ngày bao gồm công việc và gia đình.

- Kiệt sức, buồn chán.

- Cảm giác vô dụng, tội lỗi và tự trách mình.

- Do dự.

- Không có khả năng tập trung hay suy nghĩ thấu đáo.

- Suy nghĩ thường xuyên về cái chết, có cả ý định tự sát.

- Mất ngủ.

- Không có hứng thú về tình dục.

- Chán ăn.

- Buồn chán: cảm thấy vô dụng và tuyệt vọng.

- Đánh giá thấp bản thân.

Ngoài việc rõ ràng rằng nạn nhân của sự chán nản cảm thấy khổ sở, chán nản còn gây thiệt hại đáng kể cho xã hội nói chung. Bạn bè, đồng nghiệp, bạn đời và cả con cái của người bị chứng chán nản cũng bị vạ lây. Con cái ít được chăm sóc hơn, bạn bè thì bị lãng quên hay bị đối xử không tốt, đồng nghiệp phải gánh những gì họ gây ra do làm việc chểnh mảng. Ngoài ra những người bị chán nản cũng hay đau ốm hơn. Những người mắc chứng chán nản nhẹ sẽ làm việc với năng suất thấp hơn những người không bị chứng chán nản 1,5 lần, và những người bị nặng thì thấp hơn đến 5 lần. Những người mắc chứng này chết sớm hơn do nhiều nguyên nhân, trong đó có bệnh tim. Dĩ nhiên, tự sát chính là hậu quả tệ nhất của chứng buồn chán. Những người mắc chứng này có tỉ lệ tự tử cao gấp 25 lần so với người không mắc, và có khoảng 80% những người tự sát là do buồn chán quá mức.

Tình trạng chán nản bệnh lý là một hiện tượng phức tạp có nhiều dạng và chắc chắn có nhiều nguyên nhân. Khi hiểu biết của chúng ta về chứng chán nản tăng, thì chúng ta sẽ nhận ra rằng cái mà chúng ta từng cho rằng chỉ là sự rối loạn mang tính cá nhân, đơn lẻ thì bây giờ là một tập hợp các rối loạn đi kèm nhau với những biểu hiện trùng lặp nhưng có nguyên nhân rõ ràng. Vì vậy bạn cần hiểu

rằng việc thảo luận về chứng chán nản sau đây sẽ không chỉ dựa vào trải nghiệm của những người phải hứng chịu mà còn dựa vào một số vấn đề nảy sinh khác, giúp chúng ta có cái nhìn tổng quan hơn về hiện tượng này.

Tình trạng bất lực, tự chủ và chán nản có ý thức

Ở những phần trước chúng ta đã thảo luận khám phá của Seligman và đồng sự của ông về tình trạng “bất lực có ý thức”. Họ đã tiến hành một loạt các thử nghiệm về quá trình học được phản xạ ở mức độ cơ bản trên động vật. Các thử nghiệm này bắt những con vật phải nhảy qua những rào nhỏ để thoát khỏi bị điện giật ở chân. Những con vật này về cơ bản thì học được rất nhanh và khá dễ dàng, nhưng một nhóm các con vật đã bị điện giật trước đây thì không học được kỹ năng này. Trong thực tế nhiều con không làm được dù chúng có cố gắng. Chúng chỉ ngồi đợi một cách bị động và chờ bị điện giật không bao giờ dám thử vượt qua rào. Sự thất bại này được giải thích rằng khi những con vật đã bị sốc điện mà không thể kiểm soát thì chúng biết rằng chúng không thể làm gì khác. Khi đã ý thức được sự bất lực này thì những con vật được chuyển qua một bài học với một tình huống mới mà chúng có thể thực sự kiểm soát được.

Khi công việc nghiên cứu trong phòng thí nghiệm về chứng bất lực có ý thức được tiếp tục, Seligman đã gặp nhiều sự tương đồng giữa những con vật bất lực và những người mắc chứng buồn chán lâm sàng. Đặc biệt bất ngờ là sự tương đồng giữa tính bị động của con vật bất lực và tính bị động của người mắc chứng buồn chán, những người này đôi khi lại thấy những việc nhỏ nhặt như mặc đồ gì vào buổi sáng trở nên thật mệt mỏi. Seligman cho rằng, ít nhất một vài trường hợp chán nản lâm sàng là kết quả của việc những người đó đã từng trải qua một sự mất tự chủ đáng kể nào đó đối với cuộc sống của mình và trở nên tin rằng mình bất lực, và họ có thể nghĩ rằng tình trạng này sẽ luôn đeo bám mình trong tương lai và xuất hiện trong nhiều tình huống khác. Vì thế theo giả thuyết của Segliman, tính tự chủ đóng vai trò cực kỳ quan trọng đối với hạnh phúc về tâm lý.

Tầm quan trọng về tính tự chủ đã được nhấn mạnh trong một nghiên cứu trên trẻ sơ sinh 3 tháng tuổi được thực hiện cách đây hơn 30 năm. Những em bé có tự chủ được đưa vào cùng một nhóm. Em bé được đặt nằm ngửa trong những chiếc cũi và đầu năm

trên gối. Một cái dù đung đưa được treo trên cũi và có nhiều hình thú vật lắc lư bên trong các lò xo. Các em bé không nhìn thấy được các hình thú vật này, nhưng nếu chúng nhổm đầu lên khỏi gối thì sẽ có ánh sáng chiếu vào đằng sau chiếc dù làm cho em bé nhìn thấy hình các con thú nhảy múa trong một lát. Sau đó đèn được tắt đi. Khi em bé nhổm đầu lại, lúc đó tình cờ lại có đèn bật lên và lại nhìn thấy hình các con thú nhảy múa. Các em bé tỏ ra rất thích thú và vui vẻ. Chúng nhanh chóng ý thức được rằng cứ nhổm đầu dậy thì sẽ thấy các hình thú nhảy múa và chúng cứ nhổm dậy liên tục. Chúng cũng tỏ ra thích thú trước những hình ảnh chúng nhìn

thấy. Còn những em bé khác trong nghiên cứu thì được để tự do. Bất cứ khi nào một em bé "tự chủ" làm bật đèn sau chiếc dù trên cũi của mình thì hành động đó cũng khiến cho đèn sau chiếc dù trên cũi của một em bé khác cũng bật. Vì vậy những em bé được để tự do này cũng được nhìn thấy như hình thú nhảy múa thường xuyên và lâu như những em bé có tự chủ. Ban đầu, những em bé này cũng rất hứng thú với những hình nhảy múa. Nhưng sự hứng thú của các em này nhanh chóng qua đi. Những em bé này đã thích nghi.

Phản ứng khác nhau giữa hai nhóm đã giúp các nhà nghiên cứu kết luận rằng không phải những con vật nhảy múa là niềm hứng thú bất tận của các em bé được chủ động. Các em cười và tỏ ra thích thú với các hình thú bởi dường như chúng ý thức được chính chúng làm cho các con thú này nhảy múa – "Con đã làm đấy. Tuyệt không? Và con có thể làm lại bất cứ lúc nào con muốn." Còn những em bé thuộc nhóm kia chỉ xem buổi trình diễn "miễn phí" và chúng không có được niềm hứng khởi khi được tự chủ này.

Trẻ nhỏ hầu như không điều khiển được điều gì. Chúng không thể di chuyển cơ thể mình đến nơi có thứ chúng muốn hoặc tránh xa nơi mà chúng không muốn. Chúng không điều khiển được tay mình nhuần nhuyễn nên việc nắm và chụp đồ vật không hề dễ dàng. Chúng mò mẫm, đẩy qua đẩy lại, nhặt lên và đặt xuống nhiều lần, không đoán trước và giải thích được. Thế giới chỉ là những xảy ra đến với chúng, và số phận của chúng hoàn toàn nằm trong tay người khác. Có lẽ vì lý do này mà khi có những sự kiện xảy ra mà chúng có thể điều khiển thì chúng cảm thấy vô cùng thích thú và quan trọng.

Tầm quan trọng của tự chủ đối với hạnh phúc cũng đã được chứng minh trong một nghiên cứu trên một nhóm người đã gần đất xa trời. Một nhóm người trong viện an dưỡng được hướng dẫn về tầm quan trọng của việc tự chịu trách nhiệm cho chính mình. Nhóm thứ hai được hướng dẫn về việc nhân viên ở đó chăm sóc họ được tốt là quan trọng như thế nào. Nhóm đầu tiên cũng được đưa ra vài chọn lựa cho một số việc làm trong ngày và được giao một cái cây để họ chăm sóc trong phòng. Nhóm thứ hai thì không được giao việc gì cả, còn cây của họ thì được nhân viên chăm sóc. Nhóm những người được giao nhiệm vụ để kiểm soát một phần cuộc sống của họ, tức nhóm đầu tiên, dường như chủ động hơn và tỉnh táo hơn. Họ bảo họ cảm thấy hạnh phúc hơn những người không có sự tự chủ như vậy. Thậm chí còn hơn thế nữa, những người có tự chủ đã sống lâu hơn trung bình vài năm so với những người không có. Vì vậy, từ khi chào đời cho đến lúc chết đi, rõ ràng khả năng kiểm soát cuộc sống thực sự quan trọng.

Bất lực, chán nản và cách đổ lỗi

Lý luận của Seligman về hội chứng chán nản dựa trên sự bất lực không phải là không có vấn đề. Vấn đề lớn nhất trong số đó chính là không phải ai thiếu tự chủ đều trở nên chán nản. Vì thế lý luận này được Seligman và cộng sự của ông sửa đổi vào năm 1978. Lý luận sửa đổi về cảm giác bất lực và tình trạng chán nản đưa ra những bước tâm lý quan trọng xen vào giữa cảm giác bất lực và triệu chứng chán nản. Theo lý luận mới, khi con người nếm trải thất bại, thiếu tự chủ thì họ tự hỏi mình tại sao. “Tại sao người đó lại chấm dứt mối quan hệ với tôi?” “Tại sao tôi không được nhận vào vị trí đó?” “Tại sao tôi không kết thúc được vụ làm ăn đó?” “Tại sao tôi lại thi rớt?” Nói cách khác, người ta luôn muốn hiểu tại sao họ lại thất bại.

Seligman và cộng sự của ông cho rằng khi người ta tìm nguyên nhân thất bại họ thường có khuynh hướng chấp nhận một lý do này hay khác, mà lý do ấy có thể khác xa lý do thực sự của thất bại. Có ba khía cạnh chính của khuynh hướng này, dựa trên việc chúng ta xem những nguyên nhân đó là chung chung hay cụ thể, kinh niên hay chỉ là tạm thời, cá nhân hay phổ biến.

Giả sử bạn nộp đơn xin làm việc trong ngành tiếp thị và quan hệ khách hàng nhưng không được tuyển. Bạn tự hỏi tại sao. Sau đây là một vài phương án trả lời có thể chấp nhận được:

***Chung chung**: tôi đã không xem kỹ bài thi viết và tôi hồi hộp khi phỏng vấn. Tôi sẽ luôn gặp vấn đề khi xin việc.*

***Cụ thể**: tôi không thực sự biết nhiều về các sản phẩm mà họ bán. Để thành công khi phỏng vấn, tôi phải có máu kinh doanh hơn.*

***Kinh niên**: tính cách của tôi không được trách nhiệm và năng động. Đó không phải là kiểu người của tôi.*

***Nhất thời**: tôi vừa mới khỏi bệnh và gần đây ngủ không ngon lắm. Lúc đó tôi không ở trong trạng thái tốt nhất.*

***Cá nhân**: công việc đó tập trung vào doanh thu. Tôi không thể làm tốt công việc đó.*

***Phổ biến**: họ chắc là đã lựa chọn được một người quen vào vị trí đó rồi; việc tuyển dụng chỉ là để làm cảnh, và không một người ngoài*

nào có cơ may được nhận.

Sau khi không được nhận và đã tự mình giải thích được nguyên nhân theo cách phổ biến, nhất thời và cụ thể thì bạn mong muốn gì ở lần phỏng vấn xin việc tiếp theo? Nếu bạn tìm việc trong một lĩnh vực mà bạn quen thuộc hơn, nếu bạn đã ngủ ngon, mạnh khỏe và tỉnh táo hơn, và nếu việc tuyển dụng đó không phải để làm cảnh, thì bạn sẽ phỏng vấn tốt thôi. Nói cách khác, việc bạn không được tuyển dụng hầu như không có ngầm ý nào về việc bạn sẽ ra sao trong lần phỏng vấn tiếp theo.

Thay vào đó hãy thử tưởng tượng rằng, nếu bạn có khuynh hướng chỉ ra những nguyên nhân thất bại mang tính cá nhân, kinh niên và chung chung. Nếu sơ yếu lý lịch của bạn không ấn tượng và bạn vấp váp trong cuộc phỏng vấn, nếu bạn là mẫu người bị động và nếu bạn nghĩ rằng công việc đó chỉ là dành cho những người “thích hợp” (không phải bạn), thì kỳ vọng của bạn vào tương lai sẽ tương đối ảm đạm. Bạn sẽ không chỉ chẳng được nhận vào công việc bạn vừa phỏng vấn, mà bạn còn gặp vấn đề khi xin bất kỳ công việc nào khác.

Lý luận sửa đổi về cảm giác bất lực và hội chứng chán nản cho rằng, cảm giác bất lực do thất bại hoặc thiếu tự chủ gây ra sẽ dẫn đến chán nản nếu người đó tự lý giải nguyên nhân thất bại của mình theo cách chung chung, kinh niên và cá nhân. Rốt cuộc thì sau đó người ta sẽ có những lý do hay ho cho những thất bại tiếp theo và tiếp theo nữa. Liệu việc thức dậy ra khỏi giường, mặc quần áo và cố gắng lần nữa có ý nghĩa gì khi kết quả tồi đã được báo trước?

Việc kiểm tra lý luận sửa đổi này đã cho những kết quả thật ấn tượng. Mọi người thực sự khác nhau về khuynh hướng mà họ suy nghĩ. “Người lạc quan” giải thích thành công của họ bằng các nguyên nhân mang tính cá nhân, chung chung và kinh niên; còn giải thích thất bại bằng các nguyên nhân mang tính phổ biến, cụ thể và nhất thời. “Người bi quan” thì ngược lại. Người lạc quan thì nói kiểu “Tôi được điểm A” còn “Cô ta lại cho tôi C”. Người bi quan thì nói “Tôi được điểm C” còn “Cô ấy lại cho tôi A”. Và chính những người bi quan là những người dễ bị hội chứng chán nản hơn. Khi những khuynh hướng này được xem xét ở những người không bị chán nản thì chúng sẽ cho biết trước ai sẽ là người bị hội chứng chán nản khi

gặp thất bại. Nhưng người tìm nguyên nhân kinh niên để giải thích cho thất bại thì nghĩ rằng thất bại sẽ lại đến; còn những người tìm nguyên nhân tức thời thì không nghĩ vậy. Người tìm nguyên nhân chung chung giải thích cho thất bại thì nghĩ rằng thất bại sẽ luôn đeo bám họ trong mọi khía cạnh của cuộc sống; còn người tìm nguyên nhân cụ thể thì không vậy. Người tìm nguyên nhân cá nhân đê giải thích cho thất bại thường phải chịu tồn thất lớn vì tính tự kỷ cao; người tìm nguyên nhân phổ biến thì không thế. Tôi không nói rằng nhận phần khen về mình cho mọi thành công và đổ

lỗi cho thế giới bên ngoài thì thất bại là công thức cho một cuộc sống hạnh phúc và thành đạt. Chúng ta sẽ đạt được nhiều thứ nếu giải thích được nguyên nhân một cách chính xác, cho dù tâm lý của chúng ta có bị ảnh hưởng như thế nào. Bởi chỉ là những lời giải thích xác đáng mới có thể đem lại cho chúng ta cơ hội tốt nhất để lần sau đạt kết quả tốt hơn. Tuy nhiên, tôi nghĩ rằng công bằng mà nói đối với hầu hết mọi người, ở hầu hết mọi lúc, thì tự trách mình quá đáng đều tạo ra hậu quả tâm lý không tốt. Và như chúng ta sẽ thấy, bạn sẽ dễ tự trách mình hơn khi gặp kết quả gây thất vọng trong một thế giới có vô số lựa chọn so với trong một thế giới có ít lựa chọn hơn.

Sự bất lực, chán nản và cuộc sống hiện đại

Tầng lớp trung lưu Mỹ bây giờ có được sự tự chủ và quyền tự quyết cao hơn bất cứ người nào ở đâu hoặc ở thời đại nào. Hàng triệu người Mỹ có thể sống như họ mong muốn, hầu như không bị giới hạn về mặt vật chất, kinh tế hay văn hóa. Chính họ chứ không phải cha mẹ họ có quyền quyết định việc kết hôn với ai và khi nào. Chính họ, chứ không phải là những người đứng đầu giáo phận, có quyền quyết định việc họ mặc như thế nào. Và chính họ, chứ không phải chính phủ, có quyền quyết định việc họ xem gì trên truyền hình hoặc báo chí. Quyền tự chủ này, cùng với lý luận về hội chứng chán nản do cảm giác bất lực, có thể thấy hội chứng chán nản lâm sàng ở Mỹ có thể đang dần biến mất.

Nhưng trong thực tế chúng ta lại thấy căn bệnh này ngày càng bùng nổ. Martin Seligman miêu tả nó như một bệnh dịch. Hơn nữa, hội chứng chán nản dường như tấn công người trẻ tuổi nhiều hơn hiện nay so với những thời đại trước. Ước đoán hiện nay có chừng 7.5% người Mỹ bị hội chứng này trước khi họ 14 tuổi. Tỉ lệ này ở người trẻ cao gấp đôi so với 10 năm trước đây.

Và biểu hiện cực đoan nhất của hội chứng này - tự tử - cũng đang gia tăng và cũng xảy ra ngày càng nhiều ở những đối tượng trẻ tuổi hơn. Tự tử là nguyên nhân dẫn đến tử vong cao thứ hai (sau tai nạn) đối với học sinh trung học và sinh viên đại học ở Mỹ. Trong 35 năm vừa qua, tỉ lệ tự sát của sinh viên đại học và những người trẻ tuổi ở Mỹ đã cao gấp 3. Trong một thế giới phát triển, tỉ lệ tự sát trong thanh thiếu niên Mỹ lại đang tăng đáng kể. Trong một nghiên cứu so sánh tỉ lệ này trong thập niên 90 với trong thập niên 70 và 80, Quỹ Nhi đồng Liên Hiệp Quốc (UNICEF) thấy rằng hiện tượng tự sát đã tăng gấp 3 ở Pháp, hơn gấp 2 ở Na-uy, gấp 2 ở Úc và tăng khoảng 50% hoặc hơn ở Canada, Anh và Mỹ. Chỉ có ở Nhật Bản và Tây Đức là tỉ lệ người trẻ tự sát giảm.

Trong một thời đại mà con người có sự tự chủ và quyền kiểm soát các nhân hơn bao giờ hết thì tại sao lại có tỉ lệ người đau khổ cao đến như vậy?

Kỳ vọng tăng cao

Đầu tiên tôi cho rằng đi kèm với việc gia tăng sự tự chủ chính là gia tăng về kỳ vọng đối với sự tự chỉ đó. Chúng ta ngày càng được làm chủ số phận của mình thì chúng ta càng kỳ vọng nhiều hơn về bản thân. Chúng ta có thể tìm được một nền giáo dục mang tính khích lệ và hữu ích; tìm được công việc thú vị và lương cao; tìm được bạn đời gợi cảm, tinh tế, thông minh, biết cách thúc đẩy ta và đồng thời cũng phải chung thủy và dễ chịu. Con cái thì phải đẹp đẽ, thông minh, đáng yêu, biết vâng lời và có tính độc lập. Mọi thứ chúng ta mua đều phải là thứ xịn nhất. Với tất cả những lựa chọn có sẵn như thế, chúng ta không bao giờ thỏa hiệp để chọn những thứ mà chỉ "vừa phải". Tôi tin rằng việc chú trọng vào quyền tự do lựa chọn, đi kèm với những khả năng mà cuộc sống hiện đại mang lại ngày càng nhiều, đã góp phần tạo ra những kỳ vọng phi thực tế.

Trong chương vừa rồi chúng ta thấy rằng mức độ hứng thú và thỏa mãn mà chúng ta có được từ một trải nghiệm nào đó, liên qua rất nhiều đến kỳ vọng của chúng ta về trải nghiệm đó, cũng như với chất lượng của bản thân trải nghiệm đó. Những người ăn kiêng đánh giá trọng lượng giảm đi của họ dựa trên những kỳ vọng của họ vào điều đó. Thật tuyệt nếu bạn giảm đến 10 pao (1 pao = 0.454 kg) khi bạn mong mình giảm chỉ 5 pao và sẽ chẳng tuyệt nếu bạn mong mình giảm 15 pao. Thật tuyệt nếu bạn được điểm B khi bạn đang nghĩ mình chỉ được điểm C, và chẳng tuyệt nếu bạn đang mong mình phải được điểm A kia. Nếu như tôi nghĩ đúng về vấn để kỳ vọng của người Mỹ về những trải nghiệm của họ ngày nay, thì dường như mọi trải nghiệm mà con người bây giờ có đều có thể được xem là đáng thất vọng, và vì vậy được coi như thất bại - một thất bại có thể được ngăn chặn nếu chúng ta lựa chọn đúng.

Hãy đối chiếu xã hội bây giờ với những xã hội trước đây mà hôn nhân là sắp đặt, con người không có quyền quyết định họ sẽ lấy ai; hay với những xã hội khác mà cơ hội giáo dục còn hạn chế, mọi người hầu như không quyết định được họ học cái gì. Thực tế là đời sống tâm lý trong một xã hội mà bạn có ít quyền quyết định đối với những lĩnh vực nêu trên đó là bạn cũng có ít kỳ vọng đối với quyền tự chủ đó. Và chính vì điều này, tôi cho rằng việc thiếu quyền tự

quyết không phải là điều dẫn đến cảm giác bất lực và trạng thái chán nản.

Tính chủ nghĩa cá nhân tăng cao và tự trách

Cùng với sự gia tăng kỳ vọng ở mọi nơi, nền văn hóa Mỹ cũng đã trở nên mang tính cá nhân nhiều hơn so với trước đây, có lẽ đây là một sản phẩm phụ của mong muốn được kiểm soát mọi mặt trong cuộc sống. Giảm tính cá nhân đi – đồng nghĩa với việc tự trói buộc mình vào các mối quan hệ gia đình, bạn bè và cộng đồng

- ở một mức độ nào đó là phải làm bởi sự thân thiết của gia đình, bạn bè và cộng đồng trong cuộc sống của mỗi người. Nếu mối liên hệ của chúng ta với những người khác là bền chặt thì chúng ta không thể cứ làm làm bất cứ điều gì mình muốn. Tôi nghĩ rằng sự thỏa hiệp khó khăn nhất đối với những thanh niên Mỹ lập gia đình ngày nay, đó là họ cùng bạn đời phải quyết định đâu là giới hạn của quyền tự chủ, cùng với những bổn phận và nghĩa vụ trong hôn nhân mà mỗi người phải đảm nhiệm.

Chủ nghĩa cá nhân tăng cao có nghĩa là chúng ta không chỉ mong muốn sự hoàn hảo trong mọi việc mà chúng ta còn muốn tự chúng ta tạo ra sự hoàn hảo đó. Khi chúng ta (không thể tránh khỏi) thất bại, thì nền văn hóa của chủ nghĩa cá nhân hướng chúng ta về những cách giải thích nguyên nhân chú trọng theo những yếu tố cá nhân hơn là những yếu tố phổ biến. Có nghĩa là nền văn hóa đã tạo ra một kiểu giải thích nguyên nhân được chấp nhận rộng rãi và đó là cách giải thích khiến cho người ta có khuynh hướng tự trách mình khi gặp thất bại. Và đây cũng chính là cách giải thích nguyên nhân dễ tạo ra tâm trạng chán nản khi chúng ta đối mặt với thất bại.

Và hệ quả tất yếu là việc nhấn mạnh quyền tự chủ và tự quyết cá nhân có thể làm mất tác dụng của một loại vắc – xin quan trọng giúp chống lại trạng thái chán nản: con người phải có mối liên kết chặt ché và thuộc về các nhóm hoặc tổ chức xã hội nào đó – gia đình, các hiệp hội công dân, cộng đồng tín ngưỡng và những thứ tương tự như vậy. Sẽ có một sự căng thẳng/đấu tranh giữa việc được là chính mình, hoặc được quyết định cái tôi của mình, và mối quan hệ mang nhiều ý nghĩa với các nhóm xã hội. Mối quan hệ xã hội quan trọng đòi hỏi chúng ta phải hạn chế cái tôi của mình. Vì vậy nếu chúng ta càng quan trọng bản thân mình thì mối quan hệ giữa chúng ta với những người khác càng lỏng lẻo. Trong cuốn sách *Chơi*

bowling (lăn bóng) một mình, nhà khoa học chính trị Robert Putnam đã chú ý đến việc liên kết xã hội ngày càng lỏng dần trong cuộc sống hiện nay. Và trong bối cảnh này, có một sự kiện liên quan đó là hội chứng chán nản ở những người Amish sống ở hạt Lancaster, bang Pennsylvania, có tỉ lệ thấp hơn tỉ lệ toàn quốc 20%. Cộng đồng người Amish là một cộng đồng nhỏ gắn kết chặt chẽ với nhau. Mối liên hệ xã hội trong cộng đồng này cực kỳ mạnh và quyền được lựa chọn trong cuộc sống cũng ít hơn. Liệu có phải người Amish có ít quyền kiểm soát cuộc sống của mình hơn chúng ta? Chắc chắn là có. Liệu họ có ít quyền kiểm soát những gì mình mong muốn hơn chúng ta? Tôi

không cho là vật. Và họ phải chịu đựng như thế nào về mặt tâm lý đối với những giới hạn mà cộng đồng đặt ra và những nghĩa vụ họ phải thực hiện? Tôi cho rặng họ phải chịu đựng khá ít. Khi quan sát từ trong cộng đồng người Amish, họ hầu như chẳng cảm thấy gì đối với việc mà hầu hết chúng ta cho là không thoải mái khi phải sống dưới sự ràng buộc cộng đồng. Mọi việc đúng là như thế. Bằng cách làm tăng kỳ vọng của mỗi người về quyền tự chủ và tự quyết, gần như cả xã hội Mỹ đã khiến cho mối quan hệ cộng đồng phải trả giá nhiều hơn so với thực chất.

Sự ám ảnh của người Mỹ về vẻ bề ngoài chính là biểu hiện rõ nhất của những méo mó về khát khao có được quyền tự chủ, tự quyết và sự hoàn hảo. Dẫn chứng khá thuyết phục đó là về lâu dài hầu như chúng ta không thể làm gì đối với hình dạng và trọng lượng của cơ thể của chúng ta. Sự kết hợp của gien và việc luyện tập đóng một vai trò quan trọng trong việc quyết định khi trưởng thành chúng ta sẽ trông như thế nào, và rõ ràng rằng cả các chế độ kiêng khem thưởng chỉ cho kết quả tạm thời. Những sự thật này về trọng lượng cơ thể dường như trái ngược với những gì nền văn hóa dạy cho chúng ta mỗi ngày. Sức ép của truyền thông và bạn bè đồng trang lứa nói rằng bệnh béo phì hoàn toàn là một vấn đề thuộc về lựa chọn, về quyền kiểm soát và trách nhiệm cá nhân, và rằng chúng ta phải phấn đấu để trở nên hoàn hảo, nếu không chúng ta sẽ chỉ có tự trách mình mà thôi. Theo nền văn hóa này, nếu chúng ta có kỷ luật và tự chủ, chúng ta có thể kết hợp thói quen ăn uống và tập thể dục điều độ, và tất cả chúng ta đều có thể trở thành ngôi sao

điện ảnh. Trung bình trong một năm người Mỹ mua hết 50 triệu cuốn sách về dinh dưỡng và bỏ ra hơn 50 tỉ đô cho việc ăn uống cho thấy rằng, họ đã chấp nhận quan điểm rằng việc họ trông thế nào là tùy thuộc vào họ.

Ảo tưởng rằng ai cũng có thể có được thân hình mình mong muốn là đặc biệt gây đau khổ cho phụ nữ, nhất là trong các xã hội, như xã hội của chúng ta chẳng hạn, thân hình lý tưởng có nghĩa là một thân hình siêu mỏng. Những nền văn hóa khuyến khích phụ nữ nên có thân hình siêu mỏng 9 như Thụy Điển, Anh, Slovakia và người Mỹ da trắng) thì thường có tỉ lệ rối loạn dinh dưỡng (như chứng cuồng ăn và chứng chán ăn) cao hơn so với những nền văn hóa ngược lại. Điểm quan trọng hơn nữa đó là trong những nền văn hóa khuyến khích thân hình mảnh mai thì tỉ lệ phụ nữ mắc hội chứng chán nản cao gấp đôi so với nam giới. Trong những nền văn hóa chấp nhận những thân hình lý tưởng hợp lý hơn thì sự khác biệt về giới tình đối với việc mắc phải bệnh chán nản là nhỏ hơn.

Mối liên hệ (dựa trên sự suy đoán) giữa thân hình gầy còm và chứng chán nản đó là: trọng lượng cơ thể là điều gì đó mà con người có thể kiểm soát được và mảnh

mai mới là vẻ ngoài hoàn hảo. Khi nỗ lực để có thân hình gầy thất bại thì con người không chỉ hàng ngày phải đối diện với nỗi thất vọng khi nhìn vào gương, mà còn phải đối diện với cách giải thích nguyên nhân rằng họ không gầy được là lỗi của họ.

Chán nản khi chỉ những người giỏi nhất làm được

Những kỳ vọng không thể đạt được, cộng với khuynh hướng tự nhận trách nhiệm về mình khi thất bại đã tạo nên một sự kết hợp chết người. Và, như chúng ta đã chứng minh được, vấn đề này đặc biệt nghiêm trọng đối với những người cầu toàn. Đối với những cơ hội bị bỏ lỡ, nuối tiếc, quá trình thích nghi và so sánh xã hội, những người cầu toàn sẽ phải chịu nhiều hơn vì họ có kỳ vọng và tính tự trách cao hơn so với những người biết thỏa mãn. Người cầu toàn thường đắn đo suy nghĩ nhiều nhất trước khi đưa ra quyết định và có kỳ vọng cao nhất về kết quả mà họ sẽ đạt được, vì thế học cũng là người dễ bị thất vọng nhất.

Nghiên cứu mà tôi cùng đồng nghiệp đã tiến hành cho thấy không ngạc nhiên rằng người cầu toàn chính là “ứng cử viên sáng giá” cho hội chứng buồn chán. Thông qua nghiên cứu những nhóm người khác nhau về độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, nơi sinh sống, chủng tộc và địa vị kinh tế xã hội, chúng tôi đã tìm ra một mối liên quan khá chặt chẽ giữa những người cầu toàn và hội chứng chán nản. Trong số những người ghi điểm cao nhất trên thang điểm đo tính cầu toàn, điểm về mức độ chán nản của họ, dựa trên thước đo tiêu chuẩn, mấp mé ở ranh giới, mắc chứng chán nản. Chúng ta cũng thấy mối liên hệ tương tự giữa tính cầu toàn và chứng chán nản ở thiếu niên. Kỳ vọng cao và tự trách mình khi không đạt được những kỳ vọng đó có thể xuất hiện khi đưa ra những quyết định về học hành, sự nghiệp, hôn nhân, cũng giống như trong những quyết định như sẽ ăn ở đâu chẳng hạn. Quyết định về những việc nhỏ nhặt cũng có mặt trong này. Nếu như cảm giác thất vọng xuất hiện thường xuyên, nếu mọi lựa chọn mà bạn đưa ra không cho kết quả như kỳ vọng và mong muốn của bạn, và nếu bạn cứ tự trách mình về những thất vọng đó thì những việc nhỏ nhặt cũng hóa ra to tát và cuối cùng là một kết quả bi đát khi bạn nghĩ tằng mình chẳng làm điều gì nên hồn cả.

Tâm lý của tự chủ và môi trường của tự chủ

Thật nghịch lý rằng trong cùng một thời gian và nơi chốn khi những kỳ vọng và mong muốn quá mức đối với việc tự quyết định đều góp phần gây ra hàng loạt người mắc chứng chán nản, thì những người cảm thấy mình có tự chủ dường như có tâm lý tốt hơn so với những người không có.

Để hiểu được điều này, chúng ta cần phải phân biệt cùng lúc điều gì tốt cho cá nhân và điều gì tốt cho xã hội, giữa tâm lý học của tự chủ cá nhân và môi trường của tự chủ cá nhân. Trong một nghiên cứu tập trung vào hai mươi nước phương Tây phát triển và Nhật Bản, Richard Eckersley cho thấy rằng những yếu tố mà dường như có liên quan đến dự khác biệt giữa các quốc gia về tỉ lệ tự sát ở người trẻ bao gồm cả thái độ văn hóa đối với tự chủ và tự do cá nhân. Những quốc gia có công dân xem trọng tự do và tự chủ cá nhân nhất dường như có tỉ lệ tự sát cao nhất.

Eckersley cũng chỉ ra rằng những giá trị giống nhau có thể giúp các cá nhân trong những nền văn hóa này phát triển đến một mức độ phi thường. Vấn đề là ở chỗ xét mức độ môi trường hoặc quốc gia thì những giá trị này mang lại những hậu quả xấu/ tồi tệ ở mọi nơi.

Vấn đề này có thể còn trầm trọng hơn do một hiện tượng mà Robert Lane gọi là nô lệ của hứng thú. Lane nói rằng mọi nền văn hóa đều có khuynh hướng luôn đánh giá những giá trị nào đó mà khiến nền văn hóa đó nổi bật lâu dài sau khi chúng không còn gây được hứng thú. Ông nói rằng điều này giải thích được nhiều tình trạng bất ổn đang gây xung đột trong các nền dân chủ thị trường. Sự kết hợp của hiện tượng nô lệ cho hứng thú với hỗn hợp các lợi ích tâm lý và cái giá phải trả về môi trường của một nền văn hóa chú trọng đến tự chủ, đã khiến cho chính xã hội đó rất khó đi theo đúng hướng.

Rõ ràng là khi trải nghiệm của chúng ta về chọn lựa là một gánh nặng hơn là một sự ưu tiên, là một hiện tượng không đơn giản. Rất có thể nó là kết quả của những tương tác phức tập giữa các quá trình tâm lý điển hình/ tràn ngập trong nền văn hóa của chúng ta, bao gồm kỳ vọng ngày càng tăng, ý thức được giá phải trả của cơ

hội, ghét sự thỏa hiệp, khả năng thích nghi, hối tiếc, tự trách và khuynh hướng bị mắc vào các so sánh xã hội và cầu toàn.

Trong chương tiếp theo, chúng ta sẽ cùng xem lại và mở rộng các phương pháp mà chúng ta đưa ra trong cuốn sách này, khám phá những gì con người có thể làm, bất chấp sức ép xã hội để vượt qua được gánh nặng của sự lựa chọn.

PHẦN IV.
CHÚNG TA CÓ THỂ LÀM GÌ

CHƯƠNG 11. PHẢI LÀM GÌ VỚI SỰ LỰA CHỌN

Những thông tin tôi đã trình bày thật u ám. Chúng ta đang sống trong một thời đại mà khả năng của con người đang ở đỉnh điểm, bị choáng ngợp bởi sự dư thừa vật chất. Xét về khía cạnh xã hội, những gì chúng ta đã đạt được chắc hẳn là những thứ mà tổ tiên chúng ta từng mơ ước, nhưng chúng ta cũng phải trả giá đắt cho những thành tựu đó. Chúng ta có được những thứ mà chúng ta muốn, rồi sau đó khám phá ra rằng những gì chúng ta muốn đó không đủ để thỏa mãn chúng ta như chúng ta mong đợi. Quanh chúng ta là những thiết bị hiện đại, tiết kiệm thời gian, nhưng dường như chúng ta vẫn không có đủ thời gian. Chúng ta được tự do làm tác giả của kịch bản cuộc đời mình, nhưng chúng ta lại không biết chính xác mình muốn “viết” nên loại cuộc đời nào.

“Thành tựu” của cuộc sống hiện đại lại hóa ra cay đắng và mọi nơi chúng ta nhìn dường như đều có những yếu tố góp phần làm cho càng ngày càng có nhiều lựa chọn. Có quá nhiều lựa chọn tạo ra sự mệt mỏi về tâm lý, đặc biệt là khi sự mệt mỏi đó được kết hợp với sự nuối tiếc, lo âu về địa vị, về quá trình thích nghi, so sánh xã hội, và có lẽ quan trọng nhất chính là ước muốn có được mọi thứ tốt nhất - sự cầu toàn.

Tôi tin rằng có nhiều cách để làm giảm, thậm chí làm biến mất những mệt mỏi này, nhưng thực hiện chúng không hề dễ dàng. Các biện pháp này đòi hỏi chúng ta phải luyện tập, kỷ luật và có lẽ còn phải có một kiểu tư duy mới. Mặc khác, mỗi cách sau đây đều có những giá trị/ hiệu quả của nó.

1. Chỉ lựa chọn khi cần lựa chọn

Như chúng ta đã thấy, có cơ hội được chọn lựa là một yếu tố quan trọng của hạnh phúc, nhưng chọn lựa cũng có những mặt tiêu cực của nó. Và những mặt tiêu cực này cũng tăng khi số lượng lựa chọn tăng. Lợi ích của việc có nhiều chọn lựa là dễ thấy khi chúng ta phải quyết định một điều gì đó, nhưng cái giá phải trả thì lại khó thấy và tích tụ dần dần. Nói cách khác, không phải lựa chọn này hay lựa chọn kia tạo ra vấn đề, mà tất cả các lựa chọn đó tạo ra vấn đề khi hợp lại với nhau.

Thật không dễ để từ chối cơ hội được chọn lựa. Mặc dù vậy, điểm mấu chốt cần phải quan tâm đó là điều gì quan trọng nhất đối với chúng ta hầu như lúc nào cũng là kết quả khách quan của quyết định chứ không phải kết quả chủ quan. Nếu khả năng chọn lựa giúp bạn kiếm được xe hơi, nhà cửa, công việc hoặc máy pha cà phê xịn hơn, nhưng quá trình chọn lựa lại làm bạn cảm thấy không hài lòng về những gì bạn chọn, thì thực sự bạn chẳng đạt được gì từ cơ hội được chọn lựa đó. Và trong phần lớn thời gian, kết quả khách quan tốt nhưng kết quả chủ quan lại tệ chính là những gì mà việc có quá nhiều chọn lựa mang lại cho chúng ta.

Để giải quyết được vấn đề của việc có quá nhiều lựa chọn, chúng ta phải quyết định xem lựa chọn nào thực sự quan trọng đối với cuộc sống của chúng ta và tập trung thời gian sức lực vào lựa chọn đó, hãy bỏ qua những cơ hội khác đi. Nhờ vào việc hạn chế bớt các chọn lựa, chúng ta có thể có ít thứ để chọn hơn nhưng lại cảm thấy tốt hơn.

Hãy thử những cách sau:

1. *Xem lại những quyết định gần đây của ban, cả quyết định quan trọng lẫn không quan trọng (ví như việc mua quần áo, mua đồ dùng nhà bếp, đi nghỉ ở đâu, dành lương hưu vào việc gì, việc chăm sóc sức khỏe hoặc thay đổi chỗ làm hoặc một mối quan hệ nào đó).*
2. *Liệt kê chi tiết từng bước, thời gian, nghiên cứu và cả lo lắng trước khi đưa ra quyết định đó.*
3. *Tự nhắc mình bạn cảm thấy thế nào khi làm việc như vậy.*

4. *Tự hỏi mình kết quả bạn nhận được từ quyết định đó có xứng với công sức bạn bỏ ra hay không.*

Bài tập trên giúp bạn biết đánh giá tốt hơn cái giá bạn phải trả liên quan đến những quyết định bạn đưa ra, điều này có thể giúp bạn từ bỏ bớt một số quyết định cùng lúc, hoặc ít nhất cũng lập ra được những quy tắc ngón tay cái (tức phương pháp thực hành để tính toán hoặc làm gì đó dựa trên những kinh nghiệm quá khứ) cho chính mình về việc cần xem xét lựa chọn nào, hoặc cần bỏ ra bao nhiêu thời gian và nỗ lực cho việc chọn lựa. Ví dụ, bạn có thể đặt ra cho mình quy tắc chỉ đến xem không quá hai địa điểm mà mình sẽ chọn để đi nghỉ.

Tự giới hạn mình theo cách này có thể vừa khó vừa có tính độc đoán, nhưng thực sự đây lại là nguyên tắc mà chúng ta phải thực hành trong những khía cạnh

khác của cuộc sống. Bạn có thể có một nguyên tắc rằng không bao giờ uống quá hai ly rượu trong một buổi họp. Rượu ngon làm bạn cảm thấy sảng khoái và cơ hội uống thêm một ly nữa nằm trong tầm tay bạn, nhưng bạn dừng lại. Và đối với nhiều người, việc dừng lại này không quá khó. Tại sao vậy?

Một lý do đó là bạn luôn được nghe những chỉ dẫn về tác hại của rượu khi uống quá nhiều rượu. Lý do thứ hai đó là bạn đã từng có kinh nghiệm về việc uống quá nhiều rượu và khám phá ra rằng việc đó không dễ chịu chút nào. Không có gì đảm bảo rằng việc uống ly thứ ba có thể làm bạn không thể kiểm soát; nhưng tại sao lại phải liều mạng chứ? Không may là xã hội chúng ta lại không có nhiều hướng dẫn nói về tác hại của việc mua sắm nhiều. Hoặc có thể chính bạn cũng không nhận thức rõ về việc có quá nhiều lựa chọn cũng gây ra những kết quả khó chịu. Cho đến lúc này, nếu bạn đã bị thuyết phục bởi những lý luận và dẫn chứng của cuốn sách này, thì bạn đã nhận thức được lựa chọn cũng có mặt trái của nó. Nhận thức này làm bạn thấy dễ chấp nhận và sống với nguyên tắc “chỉ có hai lựa chọn” hơn. Rất đáng để thử đấy.

2. Hãy là một người biết lựa chọn chứ không phải chọn đại

Người biết lựa chọn là những người có khả năng xác định được liệu quyết định đó có quan trọng hay cũng có thể không có lựa chọn nào xem xét được, hoặc cũng có thể tạo ra một lựa chọn mới. Họ biết được một lựa chọn nào đó có khả năng cho biết điều gì đó về chính bản thân người đó. Chính người biết lựa chọn là người tạo ra những cơ hội mới cho chính họ và cho cả người khác. Nhưng khi phải đối mặt với chọn lựa thì chúng ta buộc phải trở thành người chọn đại. Có nghĩa là chúng ta trở thành những người lựa chọn tương đối bị động với những gì bày ra trước mắt. Làm một người biết lựa chọn hiển nhiên là tốt hơn, nhưng để có thời gian để trở nên biết lựa chọn hơn và ít chọn đại đi, thì chúng ta phải sẵn sàng phụ thuộc vào các thói quen, tập quán, những nguyên tắc và quy chuẩn thông thường để làm cho một số quyết định về một số việc gì đó trở nên tự động đối với chúng ta..

Người biết lựa chọn có thời gian để điều chỉnh mục tiêu của mình; còn người chọn đại thì không. Người biết lựa chọn có thời gian để tránh đi theo số đông; còn người chọn đại thì không. Những quyết định đúng đắn luôn tốn thời gian và sự chú ý, và cách duy nhất để chúng ta có được thời gian và sự chú ý cần thiết chính là biết tập trung vào những điểm nào.

Sau khi bạn đã thực hành bài tập xem lại những quyết định gần đây của minh, bạn sẽ không chỉ ý thức hơn về cái giá phải trả mà bạn còn khám phá ra có những thứ bạn thực sự quan tâm và những thứ bạn không quan tâm. Điều này sẽ giúp bạn:

1. Rút ngắn hoặc bỏ bớt những cân nhắc không cần thiết về những quyết định không quan trọng với bạn.
2. Sử dụng thời gian rảnh mà bạn vừa có được để tự hỏi mình bạn thực sự muốn điều gì trong những quyết định về những khía cạnh của cuộc sống quan trọng đối với bạn.
3. Nếu bạn khám phá ra không có lựa chọn nào trong những khía cạnh đó đáp ứng yêu cầu của bạn, thì hãy suy nghĩ và tạo ra những lựa chọn mới.

3. Biết thỏa mãn nhiều hơn và cầu toàn ít đi

Chính những người cầu toàn là những người gánh chịu nhiều nhất trong xã hội có quá nhiều lựa chọn. Chính những người cầu toàn là những người có những kỳ vọng không thể đáp ứng được. Chính những người cầu toàn là những người phải lo lắng nhiều nhất về sự hối tiếc, về những cơ hội bị bở lỡ, và về so sánh xã hội. Họ là những người bị thất vọng nhiều nhất khi kết quả đạt được từ quyết định của họ không được như mong muốn.

Học được cách chấp nhận mức độ "vừa phải" sẽ giúp đơn giản hóa quá trình đưa ra quyết định và tăng sự hài lòng. Mặc dù những người biết thỏa mãn thường không làm tốt được như người cầu toàn dựa trên một số tiêu chuẩn khách quan nào đó, tuy nhiên nhờ biết cách chấp nhận sự "vừa phải" ngay cả khi cái tốt nhất đang quanh quẩn đâu đây, người biết thỏa mãn thường cảm thấy hài lòng với những quyết định của mình hơn.

Cũng phải thừa nhận rằng đôi khi có những lúc thật khó chấp nhận mức độ "vừa phải". Khi thấy rằng rõ ràng mình có thể làm tốt hơn cũng là một cảm giác khó chịu. Ngoài ra con có đầy rẫy những nhân viên tiếp thị luôn cố gắng thuyết phục bạn rằng "vừa phải" là chưa đủ khi có những cái mới mẻ và xịn hơn xung quanh. Tuy nhiên, mọi người đều có sự thỏa mãn về ít nhất một khía cạnh nào đó trong cuộc sống của mình. Cho dù đối với những người khó tính nhất thì không thể lúc nào cũng cầu toàn được. Bí quyết ở đây là hãy học cách nuôi dưỡng và đánh giá cao sự hài long, và hãy sử dụng nó trong nhiều khía cạnh của cuộc sống hơn nữa, hơn là chỉ cố gắng/miễn cưỡng hài lòng. Một khi bạn là một người tự biết hài lòng một cách có ý thức thì bạn không còn quá quan tâm đến việc so sánh với người khác như thế nào

nữa. Điều này có thể giúp ta bớt hối tiếc đi. Trong một thế giới phức tạp bị bão hòa bởi những lựa chọn mà chúng ta đang sống điều này giúp chúng ta bính yên hơn trong tâm hồn.

Tuy nhiên, để trở thành một người biết tự bằng lòng đòi hỏi bạn phải suy nghĩ kĩ càng về các mục tiêu và mơ ước của bạn. Bạn cũng phải tự đặt cho mình những tiêu chuẩn chặt chẽ cho mức độ "vừa phải" bất cứ khi nào bạn phải quyết định. Để biết được điều gì là

"vừa phải" đòi hỏi bạn phải hiểu mình và những gì mình quan tâm. Vì vậy:

1. Hãy suy nghĩ về những dịp/ khía cạnh/ lúc/ vấn đề trong cuộc sống mà bạn cảm thấy thoải mái chấp nhận sự "vừa phải".
2. Nghiên cứu kỹ bạn sẽ chọn như thế nào trong những khía cạnh đó.
3. Sau đó áp dụng chiến thuật/ nguyên tắc này một cách rộng rãi hơn.

Tôi còn nhớ rất rõ mình đã trải qua quá trình này như thế nào vài năm trước đây khi dịch vụ điện thoại đường dài mới ra đời. Bởi tôi phải thường phải gọi rất nhiều cuộc gọi đường dài và lúc đó tôi cũng bị choáng ngợp bởi rất nhiều quảng cáo mời gợi của nhiều công ty, tôi thấy mình cũng không thể cưỡng lại mong muốn mình phải tìm cho ra công ty tốt nhất và tìm được gói dịch vụ tốt nhất. So sánh đủ để tìm ra cái tốt nhất thực sự rất khó khăn, tốn thời gian và nhức đầu bởi các công ty khác nhau thì thiết kế dịch vụ và cước phí theo những các khác nhau. Hơn nữa, khi tôi cố gắng để tìm cho được cái tốt nhất thì các công ty mới cứ tiếp tục đến mời chào. Thôi biết bản thân mình không muốn phải bỏ ra tất cả chỉ để giải quyết vấn đề lựa chọn dịch vụ điện thoại, nhưng thực sự nó giống như một chỗ ngứa mà tôi không thể không gãi. Sau đó thì một ngày nọ tôi đi mua một cái lò nướng khác, tôi chỉ vào một cửa hàng, xem hai hiệu, hai mẫu, và chọn xong. Khi tôi về nhà, tôi bỗng nhận ra rằng, nếu tôi muốn, tôi có thể chọn dịch vụ điện thoại cho mình theo cách đo. Tôi thở phào nhẹ nhõm và tôi đã làm như thế. Và tôi không phải lo lắng nghĩ ngợi gì nhiều về dịch vụ điện thoại kể từ đó.

4. Suy nghĩ về giá của cơ hội

Khi đưa ra quyết định, thường là tốt khi chúng ta xem xét về những lựa chọn/khả năng mà ta sẽ bỏ qua khi chọn được cái ưng ý nhất. Việc bỏ qua những cái “giá của cơ hội” này có thể khiến chúng ta trở nên đánh giá quá cao về cái gọi là lựa chọn tốt nhất. Mặt khác, chúng ta càng suy nghĩ về “giá của cơ hội” thì chúng ta lại

càng trở lên bất mãn với những gì chúng ta đã chọn. Vì vậy hãy cố gắng hạn chế suy nghĩ về những khả năng/những sự lựa chọn mà chúng ta đã bỏ qua.

Nếu cứ suy nghĩ về sự hấp dẫn của những lựa chọn mà chúng ta đã bỏ qua, thì cúng ta càng không hài lòng với cái mà ta đã chọn. Nhưng nếu chúng ta quên hết về giá của cơ hội thì điều đó là rất khó, hoặc không thể để đánh giá một lựa chọn là tốt nếu không có mối liên hệ với những lựa chọn khác. Ví dụ như định nghĩa một sự đầu tư hiệu quả là thế nào phải dựa vào mức độ lãi mà nó mang lại so sánh với lãi của những vụ đầu tư khác. Không có một tiêu chuẩn tuyệt đối nào mà chúng ta có thể dựa vào, vì vậy cũng cần phải xem xét những giá của cơ hội khác, nhưng đừng xem xét nhiều quá.

Lập ra những quyết định dự phòng có thể có tác dụng. Khi chúng ta quyết định bỏ qua những lựa chọn về một vấn đề nào đó trong cuộc sống thì chúng ta không phải nghĩ nhiều về giá của cơ hội nữa. Làm một người biết thỏa mãn cũng có tác dụng. Do người biết thỏa mãn có những tiêu chuẩn riêng của họ về mức độ “vừa phải” nên họ cũng ít phụ thuộc hơn những người cầu toàn vào những so sánh về những lựa chọn khác. Đối với một người biết thỏa mãn, một vụ đầu tư hiệu quả là vụ đầu tư mang lại lãi cao hơn mức lạm phát. Chuyện này đã qua rồi. Không cần phải lo lắng về các lựa chọn khác. Không cần phải giảm mức độ hài lòng khi phải cân nhắc việc tiền bạc của mình có thể đã được đầu tư tốt hơn chăng. Liệu có phải những người biết thỏa mãn thì kiếm được ít hơn so với người cầu toàn khi đầu tư? Có lẽ. Liệu người này có bất mãn với kết quả đạt được không? Có lẽ không. Liệu người này sẽ có nhiều thời gian để suy nghĩ về những quyết định thực sự quan trọng với mình? Chắc chắn rồi.

Có một số phương pháp mà bạn có thể sử dụng để tránh bị thất vọng khi nghĩ về những lựa chọn mình đã không chọn:

1. Nếu bạn không thực sự thấy mình bất mãn thì hãy dùng thứ mình luôn dùng.
2. Đừng bị cám dỗ bởi những thứ “mới mẻ và cải tiến”.
3. Đừng “gãi” nếu không bị “ngứa”.
4. Và đừng lo lắng rằng nếu bạn làm điều này thì bạn sẽ bỏ lỡ mất những thứ mới mẻ hay ho khác trong cuộc sống.

Dù sao đi nữa thì bạn sẽ luôn phải đối mặt với những thứ mới lạ. Bạn bè và đồng nghiệp của bạn sẽ nói cho bạn nghe về các sản phẩm mà họ mua trong kỳ nghỉ của họ chẳng hạn. Vì vậy bạn sẽ thay đổi những lựa chọn theo thói quen của bạn mặc dù bạn không tìm kiếm điều đó. Nếu bạn chỉ ngồi yên và đợi những điều “mới mẻ, tiến bộ” tìm đến bạn, thì bạn sẽ mất ít thời gian hơn cho việc chọn lựa và sẽ thấy ít bực mình hơn nếu bạn không tìm được thứ thay thế mà đáp ứng mọi yêu cầu của bạn.

1. **Hãy làm cho lựa chọn của mình không thể hủy bỏ được**

Hầu hết mọi người đều muốn mua hàng ở một cửa hàng cho đổi hơn là mua ở

cửa hàng không cho đổi. Chúng ta không nhận ra một điều rằng chính việc cho phép chúng ta thay đổi ý định dường như càng khiến chúng ta dễ thay đổi quyết định. Khi chúng ta có thể thay đổi quyết định của mình về một vấn đề nào đó thì chúng ta càng ít thỏa mãn với quyết định của mình. Khi quyết định cuối cùng được đưa ra, chúng ta sẽ vướng vào những quá trình tâm lý có thể tăng cảm giác của chúng ta về lựa chọn của mình so với những lựa chọn khác. Nếu một lựa chọn là không thể thay đổi thì chúng ta sẽ không mắc vào quá trình này nhiều như trước nữa.

Tôi nghĩ rằng sức mạnh của những quyết định không thể thay đổi sẽ xuất hiện rõ nhất khi chúng ta suy nghĩ về những lựa chọn quan trọng nhất. Một người bạn từng bảo tôi rằng một mục sư đã từng gây sốc cho một giáo đoàn khi ông thuyết giảng một bài về hôn nhân, trong đó ông thẳng thừng nói rằng thảm cỏ phía bên kia đồi lúc nào cũng xanh hơn (tức đặc tính “đứng núi này trông núi nọ” của con người). Ông ta có ý rằng bạn sẽ không thể tránh khỏi gặp gỡ những người trẻ hơn, đẹp hơn, vui tính hơn, thông minh hơn, hoặc

có vẻ biết thấu hiểu và thông cảm hơn so với bạn đời của chúng ta. Nhưng vấn đề tìm kiếm bạn đời không giống như việc so sánh lựa chọn khi đi chợ hay mua sắm. Cách duy nhất để cảm thấy hạnh phúc và bình ổn trước những lựa chọn có vẻ hấp dẫn và thu hút hơn đó là nói rằng "tôi không định thay đổi đâu. Tôi đã lựa chọn bạn đời của mình, nên cho dù người kia có biết thông cảm hay xinh đẹp như thế nào cũng không có ý nghĩa gì với tôi. Tôi không phải đang đi chợ - câu chuyện chấm dứt ở đây". Cứ mải trăn trở không biết tình yêu của mình liệu đã đạt yêu cầu chưa, và tự hỏi liệu có phải mình đã có thể làm tốt hơn không – tất cả những điều này là đơn thuốc cho sự đau khổ. Khi bạn biết mình vừa ra một quyết định không thể thay đổi khiến bạn dồn công sức để cải thiện mối quan hệ bạn đang có hơn là cứ mải nghi ngờ/ đứng núi này trông núi nọ.

1. **Thực hành thái độ sống biết ơn**

Cách đánh giá các lựa chọn bị tác động sâu sắc bởi việc cho ta so sanh các lựa chọn đó với cái gì, bao gồm cả việc so sánh với điều chỉ có trong trí tưởng tượng của chúng ta. Cùng một trải nghiệm nhưng chúng có thể chứa đựng cả khía cạnh gây thú vị lẫn gây thất vọng. Việc chúng ta chú trọng vào khía cạnh nào có thể quyết định việc chúng ta đánh giá trải nghiệm của mình là đáng hài lòng hay không. Khi chúng ta tưởng tượng ra những phương án tốt hơn thì phương án mà chúng ta chọn bỗng trở nên không tốt bằng. Khi chúng ta tưởng tượng ra những phương án tệ hơn, thì cái chúng ta chọn lại trở lên tốt hơn.

Chúng ta có thể cải thiện đáng kể cảm nhận chủ quan của mình bằng cách cố gắng biết ơn/hài lòng một cách có ý thức đối với những khía cạnh tốt của một trải nghiệm hay chọn lựa nào đó, và hãy bớt thất vọng với những khía cạnh không tốt.

Tài liệu nghiên cứu cho thấy thái độ biết ơn không phải lúc nào cũng tự nhiên đến với chúng ta. Thông thường chúng ta nghĩ đến những phương án khác là do chúng ta cảm thấy bất mãn với những gì chúng ta đã chọn. Khi cuộc sống không được suôn sẻ, chúng ta nghĩ nhiều về việc làm thế nào để nó tốt hơn. Khi cuộc sống đang tốt đẹp thì chúng ta có khuynh hướng không suy nghĩ về việc nó sẽ xấu đi như thế nào. Nhưng nhờ luyện tập, chúng ta có thể học được

cách nhìn được những khía cạnh tốt của mọi việc, điều này ngược lại cũng sẽ giúp cải thiện cuộc sống của chúng ta.

Dường như không được cao quý lắm khi chấp nhận quan điểm rằng lòng biết ơn cần phải được thực hành. Vậy thì tại sao bạn không tự bảo mình rằng "bắt đầu từ ngày mai, tôi sẽ chú ý nhiều hơn đến những khía cạnh tốt trong cuộc sống" và thực hành nó? Câu trả lời chính là vì thói quen của tư duy rất khó thay đổi. Chắc chắn rằng khi bạn tự đưa ra một "chỉ thị" chung chung như thế thì bạn sẽ chẳng thực sự làm theo đâu. Thay vào đó bạn hãy cân nhắc luyện tập thói quen đơn giản sau đây:

1. Giữ một tập giấy bên giường ngủ.
2. Mỗi sáng khi bạn thức dậy hoặc mỗi tối trước khi đi ngủ, bạn hãy sử dụng tập giấy trên liệt kê ra 5 việc xảy ra trong ngày hôm đó mà bạn cảm thấy hài lòng / biết ơn. Những việc khiến bạn biết ơn này đôi khi là những việc lớn (ví dụ được thăng chức to, cuộc hẹn đầu tiên thật là tuyệt), nhưng đa phần thì đó là những việc nhỏ (ánh mặt trời chiếu xuyên qua phòng ngủ, nhận được những lời nói tốt đẹp từ một người bạn, một món cá kiếm được nấu theo cách bạn thích, một bài báo nhiều thông tin trên tạp chí).
3. Khi bạn mới bắt đầu thì bạn có thể thấy việc này có gì đó hơi ngớ ngẩn, thậm chí khiến bạn cảm thấy ngượng ngập. Nhưng nếu bạn cứ tiếp tục thì bạn sẽ thấy rằng nó sẽ ngày càng dễ và ngày càng tự nhiên. Bạn cũng sẽ tự mình khám phá ra nhiều thứ mà mình có thể biết ơn dù trong những ngày bình thường nhất. Cuối cùng, bạn sẽ cảm thấy tốt hơn và thấy cuộc sống đẹp hơn, ít bị lôi cuốn vào cuộc tìm kiếm những thứ "mới lạ và hiện đại" thì mới cảm thấy tốt hơn.

7. Hãy ít hối tiếc hơn

Sự day dứt khi hối tiếc (dù hối tiếc đó có thật hay chỉ là tiềm năng) thì cũng tác động tiêu cực đến nhiều quyết định, và đôi khi còn khiến chúng ta không dám ra quyết định. Mặc dù hối tiếc là thường mang tính tích cực và đem lại bài học cho chúng ta, nhưng một khi chúng trở thành điều ám ảnh thì nó có thể đầu độc, thậm chí khiến chúng ta không dám quyết định. Chúng ta nên cố gắng để giảm thiểu nó bằng những cách sau đây:

1. Theo những tiêu chuẩn của một người biết thỏa mãn chứ không phải một người cầu toàn.
2. Hãy giảm bớt các lựa chọn trước khi chúng ta ra quyết định.
3. Thực hành lòng biết ơn / sự hài lòng đối với những mặt tích cực hơn là cứ chăm chăm thất vọng về những mặt không tốt.

Cũng có lợi khi chúng ta luôn nhớ rằng cuộc sống phức tạp như thế nào và nhận ra rất hiếm khi có một quyết định nào đó có khả năng thay đổi cuộc sống. Tôi có một người bạn, người này luôn cảm thấy mình phải đạt được nhiều thành tích trong cuộc sống và anh ta đã bỏ ra hàng đống thời gian trong 30 năm qua để hối tiếc về một cơ hội mà anh ta đã bỏ lỡ để được đi học trường Cao đẳng Ivy nào đó. Anh ta thường càu nhàu rằng: “Mọi việc chắc đã khác nếu hồi đó tôi theo học trường đó.” Thực ra anh ta nếu đi học trường đó thì có thể trên đường đi học anh ta bị xe buýt tông. Thực ta nếu anh ta có theo học trường đó thì anh ta cũng có thể bị đuổi học vì thi trượt, hoặc gặp một thất bại nào đó hoặc không theo kịp và trở nên ghét việc học ở đó. Nhưng tôi đã luôn muốn chỉ cho anh ta thấy được rằng khi anh ta đưa ra quyết định đó vì nhiều lý do, và những lý do này gắn với lúc còn trẻ anh ta như thế nào. Thay đổi một quyết định - ở đây là có quyết định theo học ở một trường danh tiếng hơn hay không – không làm thay đổi được tính cách cơ bản của anh ta hoặc xóa bỏ được những vấn đề mà anh ta phải trải qua. Vì thế cho dù anh ta có đi học trường đó thì không có gì chắc chắn rằng cuộc sống hay nghề nghiệp của anh ta có thể tốt hơn.

Nhưng có một điều tôi chắc chắn nếu anh ta bớt hối tiếc đi thì anh ta đã sống hạnh phúc hơn.

8. Đoán trước quá trình thích nghi

Chúng ta thích nghi với hầu hết mọi thứ trong cuộc sống với bất kỳ quy tắc nào / cho dù trải nghiệm đó có xảy ra thường xuyên hay không. Khi cuộc sống khó khăn, khả năng thích nghi giúp chúng ta tránh được cảm giác gánh nặng khi đối diện với nó. Nhưng khi cuộc sống suôn sẻ, khả năng thích nghi lại đặt chúng ta vào *một vòng quay luẩn quẩn* đi tìm hứng thú, lấy mất của chúng ta cảm giác thỏa mãn hoàn toàn khi chúng ta có được một điều gì đó tốt đẹp. Chúng ta không thể tránh được quá trình thích nghi. Những gì chúng ta có thể làm đó là chỉ nên kỳ vọng một cách thực tế về việc trải nghiệm thay đổi như thế nào theo thời gian. Thử thách là ở chỗ chúng ta phải luôn nhớ rằng dàn âm thanh nổi, chiếc xe hơi sang trọng và ngôi nhà rộng hàng ngàn mét vuông không thể lúc nào cũng mang lại cho chúng ta cảm giác hứng thú như khi chúng ta sử dụng chúng lần đầu. Học cách hài lòng khi sự hứng thú bỗng trở thành cảm giác dễ chịu sẽ giúp chúng ta ít thất vọng hơn với quá trình thích nghi khi nó diễn ra. Chúng ta cũng có thể giảm nỗi thất vọng về quá trình thích nghi theo cách của người biết thỏa mãn, đó là bỏ ít quá thời gian và công sức nghiên cứu khi đưa ra quyết định.

Ngoài việc ý thức được *cái vòng luẩn quẩn* của hứng thú, chúng ta cũng cần phải ý thức được *cái vòng luẩn quẩn* của sự thỏa mãn. Đây chính là "tác động đúp" của quá trình thích nghi. Chúng ta không chỉ thích nghi với một trải nghiệm nào đó và cảm thấy nó ngày càng bớt hay hơn trước, mà chúng ta còn có thể thích nghi với một mức độ cảm giác hài lòng nào đó, rồi sau đó cảm giác ở mức độ này không còn làm chúng ta cảm thấy hứng thú nữa. Ở đây thì thói quen biết ơn có thể cũng có tác dụng. Khi chúng ta tưởng tượng về những điều khiến chúng ta cảm thấy tệ hơn nhiều thì điều này khiến chúng ta không xem những cảm giác hứng thú mình đang có sẽ tồn tại mãi / hiển nhiên như thế.

Vì vậy nên chuẩn bị cho quá trình thích nghi và ít bị thất vọng hơn bằng cách:

1. Khi bạn mua mới một chiếc xe, hãy tin rằng niềm hứng khởi mà bạn có lúc đó sẽ không giống như vậy sau hai tháng nữa.
2. Dành ít thời gian cho việc tìm kiếm thứ hoàn hảo, đừng cầu toàn, nhờ đó bạn sẽ không phải trả một cái giá khổng lồ cho

việc tìm kiếm, mà cái giá này bạn sẽ phải trả dần bằng sự thỏa mãn mà bạn có từ chọn lựa của mình.

3. Tự nhắc mình những điểm tốt của những thứ mình có thay vì cứ chú tâm vào những điểm đã xấu hơn so với ban đầu.

9. Kiểm soát kì vọng

Cách đánh giá trải nghiệm của chúng ta bị ảnh hưởng nhiều bởi chúng ta thường so sánh trải nghiệm với kì vọng của mình. Vì vậy cách dễ nhất để tăng sự thỏa mãn của mình đối với kết quả của quyết định của chúng ta, đó là hãy đừng kì vọng quá nhiều vào những kết quả đó. Điều này nói dễ hơn làm, đặc biệt trong một thế giới khuyến khích con người kì vọng và có quá nhiều lựa chọn đến nỗi người ta tin rằng chắc chắn phải có một lựa chọn hoàn hảo đâu đó. Vì vậy để làm cho việc kỳ vọng ít hơn trở nên dễ dàng, chúng ta cần:

1. Giảm bớt số lượng lựa chọn mà bạn sẽ cân nhắc
2. Hãy là một người biết thỏa mãn chứ đừng là một người cầu toàn.
3. Tính đến khả năng may mắn.

Bạn có thường gặp tình huống này không: bạn bước vào một nơi nghỉ dưỡng mà bạn đã trông đợi từ lâu và sau đó lại có cảm giác không hề thấy ấn tượng / hứng thú ? Niềm hứng thú bất ngờ mà chúng ta có được có thể làm cho một bữa ăn nhỏ hoặc một quán trọ miền quê trở nên thú vị hơn rất nhiều so với một bữa ăn trong một nhà hàng Pháp tao nhã hoặc trong một khách sạn 4 sao.

10. Giảm so sánh xã hội

Chúng ta đánh giá chất lượng trải nghiệm của mình bằng cách so sánh trải nghiệm của mình với người khác. Mặc dù so sánh xã hội có thể cung cấp nhiều thông tin hữu ích, nhưng nó lại làm giảm cảm giác hài lòng của chúng ta. Vì vậy nếu chúng ta ít so sánh hơn thì chúng ta sẽ cảm thấy hài lòng hơn. Thật dễ đưa ra lời khuyên rằng "đừng quá chú ý đến những gì người xung quanh đang làm", nhưng lại khó làm theo lời khuyên này. Bởi thông tin về việc người khác đang làm gì hiện diện khắp nơi và bởi hầu hết chúng ta dường như quan tâm rất nhiều về địa vị. Và cuối cùng là bởi vì những thứ quan trọng nhất trong cuộc sống (ví dụ như những trường đại học tốt nhất, những công việc tốt nhất, những ngôi nhà đẹp nhất cho những khu vực sống tốt nhất) chỉ được dành cho những đối tượng nào đó mà hơn hẳn người đồng trang lứa với họ. Tuy nhiên, so sánh xã hội dường như lại hủy hoại cảm giác hạnh phúc của chúng ta. Vì thế chúng ta phải luôn nhắc nhở mình hãy ít so sánh đi. Bởi những người biết thỏa mãn thường dễ tránh được so sánh xã hội hơn so với người cầu toàn, đối với họ việc ý thức được mức độ "vừa phải" là thích hợp nên họ sẽ tự động ít quan tâm hơn tới những việc người khác đang làm.

Vì vậy:

1. Hãy nhớ rằng suy nghĩ "ai mà khi chết có nhiều của cải nhất là người thắng cuộc" là một cái gai kìm hãm chứ không phải là sự khôn ngoan.
2. Chú trọng vào những gì làm bạn hạnh phúc và những gì làm cuộc sống của

bạn có ý nghĩa.

11. Học cách yêu lấy các giới hạn

Khi càng ngày chúng ta càng có nhiều sự lựa chọn, thì tự do lựa chọn rốt cuộc lại hóa thành nô lệ cho lựa chọn. Những quyết địnhthường ngày chiếm của chúng ta quá nhiều thời gian và tập trung đến nỗi chúng ta cảm thấy vượt qua một ngày thật khó khăn. Trong những trường hợp như vậy, chúng ta nên học cách giới hạn các tùy chọn, đây là một sự giải phóng chứ không phải giam cầm. Xã hội cho chúng ta những luật lệ, tiêu chuẩn và quy tắc thông thường cho việc lựa chọn, và chính trải nghiệm của từng cá nhân sẽ tạo nên thói quen của họ. Khi chúng ta quyết định theo một nguyên tắc nào đó (ví dụ như phải luôn cài dây an toàn, không bao giờ uống quá hai ly rượu vào buổi tối), chúng ta tránh được việc phải cân nhắc để quyết định tùy hứng hết lần này đến lần khác. Dạng quy tắc này giúp chúng ta dành được nhiều thời gian và chú ý hơn cho những lựa chọn và quyết định quan trọng, mà những quy tắc này không thể áp dụng được cho những quyết định đó.

Trong thời gian đầu, việc suy nghĩ về những quyết định thứ cấp/ hạng hai – tức những quyết định về việc khi nào chúng ta sẽ suy nghĩ và sẽ theo những con đường đã vạch ra – có thể làm cho cuộc sống có thêm một tầng phức tạp. Nhưng về lâu về dài thì nhiều rắc rối hàng ngày sẽ biến mất, và chúng ta sẽ thấy mình có thêm thời gian, sức lực và sự chú tâm cho những quyết định quan trọng mà chúng ta đã chọn để xem xét.

Hãy xem bức tranh biếm họa trên trang 293. Con cá bố cận thị nói với cá con của mình rằng “Con có thể trở thành bất cứ thứ gì con muốn – không có giới hạn” mà không nhận ra không gian của cái bể cá hạn chế như thế nào. Nhưng liệu con cá bố này có thực sự là cận thị ? Việc sống trong thế giới bể cá bị giới hạn nhưng được bảo vệ giúp cho cá con có thể khám phá , thử nghiệm , tạo ra và cả viết nên cuộc đời của nó mà không phải lo lắng việc bị chết đói hay bị ăn thịt. Không có cái bể cá thì mới đúng là không có giới hạn. Nhưng lúc đó thì con cá sẽ phải luôn đấu tranh để tồn tại. Lựa chọn trong giới hạn, tự do trong giới hạn, chính là điều giúp cho con cá nhỏ hình dung ra được rất nhiều điều tuyệt vời khác.

Vài nét về tác giả

Gặp gỡ tác giả

BARRY SCHWARTZ là Giáo Sư Dorwin Cartwright của ngành Lý Thuyết Xã Hội và Hành Động Xã Hội ở Trường đại học Swarthmore. Từ sau tác phẩm *Nghịch lý của sự lựa chọn* (The Paradox of Choice) được xuất bản, ông đã viết về sự quá tải của những lựa chọn cho tờ *Scientific American*, *New York Times*, tạp chí *Parade*, *Salte*, *The Chronicle of Higher Education*, *Times* (London), *Higher Education Supplement*, *Advertising Age*, *USA Today*, *Guardian* và quỹ Royal Society of The Arts. Schwartz đã được phỏng vấn trên các chương trình truyền hình, phát thanh và tạp chí trên khắp nước Mỹ cũng như Anh, Ireland, Canada, Đức và Brazil.

Ông cũng thảo luận về vấn đề của sự quá tải các lựa chọn với các tổ chức và công ty khác nhau như Hiệp Hội Người Tiêu Dùng (tổ chức phá hành *Consumer Reports*), Intuit, American Express, Microsoft và Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ. Schwartz là tác giả của một số quyển sách khác và trong số đó là *The Battle of Human Nature: Science, Morality and Modern Life* (Cuộc chiến của bản chất con người: Khoa học, Đạo đức và Cuộc sống hiện đại) và *The Cost of Loving: How Market Freedom Erodes The Best Things in Life* (Chi phí sống: Tự Do Thị Trường Đã Làm Xói Mòn Những Điều Tốt Nhất Trong Cuộc Sống Như Thế Nào). Các bài báo của ông xuất hiện trên nhiều tập san chuyên đề hàng đầu về lĩnh vực của ông bao gồm cả *American Psychologist*.

Dựa trên nghiên cứu trong quá khứ, Schwartz hiện đang nghiên cứu cách thức trẻ em học cách lựa chọn và người lớn chọn dịch vụ chăm sóc y tế. Ông cũng đang nghiên cứu mọi người chọn người yêu như thế nào. Schwartz sống với vợ tại Philadelphia, bang Pensylvania.

Vài nét về quyển sách

Phỏng vấn

BARRY SCHWARTZ

Từ sau khi cuốn *Nghịch lý của sự lựa chọn* lần đầu xuất bản vào tháng Giêng năm 2004, tôi có nhiều cơ hội thảo luận về quyển sách này. Có lẽ, tôi đã trình bày 20 bài thuyết giảng, tham gia khoảng 50 cuộc phỏng vấn trên truyền hình và truyền thanh và đã trò chuyện với rất nhiều nhà báo. Phản ứng của khán giả tích cực một cách đáng hài lòng. Người ta luôn nói với tôi rằng tôi đã giải thích được nguồn gốc cho một số khó khăn của chính họ và nhiều người cũng gặp phải chuyện mua sắm quần jeans giống tôi. Đây là một số câu hỏi họ thường đặt ra và tôi sẽ nỗ lực hết mình trả lời chúng.

…………………………………………………………….

“Thị trường là rất quan trọng , nhưng không phải lúc nào cũng vậy”

…………………………………………………………………….

Điều gì khiến ông suy nghĩ về khả năng là có quá nhiều sự lựa chọn ?

BARRY SCHWARTZ: Trong nhiều năm, tôi lo lắng về sự tận dụng nhiệt tình thị trường tự do như một viên đạn kỳ diệu cho phép mọi người có được chính xác điều gì họ muốn trong cuộc sống. Tôi không tin vào những giả định của các nhà kinh tế học về cách mọi người đưa ra những quyết định. Theo quan điểm của tôi, lợi ích của thị trường này là nó đáp ứng sự tự do lựa chọn cá nhân. Nhưng con người thì không hoàn hảo và không phải là “những người lựa chọn lý trí” như các nhà kinh tế học tuyên bố và điều đó có nghĩa là tất cả chúng ta đều đưa ra quyết định tồi ít nhất là vào một lúc nào đó. Ngoài ra, tôi không nghĩ những lựa chọn quan trọng nhất như giáo dục, công việc có ý nghĩa, các mối quan hệ xã hội, chăm sóc y tế, cuộc sống văn minh (đó là tôi chỉ kể một số lĩnh vực) lại được thị trường đáp ứng tốt nhất. Vì vậy, trong một số trường hợp, chúng ta cần giới hạn thị trường, chứ đừng khuyến khích chúng. Thị trường là rất quan trọng, nhưng không phải lúc nào cũng vậy. Tôi viết một quyển sách để chứng minh cho những luận điểm này là *The Cost of Living: How Market Freedom Erodes the Best Things in Life* vào năm 1994. Chính trong quá trình viết ấy tôi mới bắt đầu suy nghĩ nghiêm túc về mặt tốt và mặt xấu của sự lựa chọn không bị giới hạn. Sau đó, khoảng 5 năm sau, tôi được yêu cầu viết một bài cho tờ đặc san tâm lý học nổi tiếng về giá trị của sự độc lập. Một lần nữa, tôi kết luận là có thể không đúng khi ta cho rằng việc có thêm nhiều lựa chọn và nhiều tự

do hơn sẽ hàm ý kết quả tốt hơn. Một ngày nọ, tôi đi mua quần jeans và cuốn *Nghịch lý của sự lựa chọn* bắt đầu từ đó.

…………………………………………………………………….

“Một ngày nọ, tôi đi mua quần jeans và cuốn *Nghịch lý của sự lựa chọn* bắt đầu từ đó”

…………………………………………………………………….

Những “người cầu toàn” chiếm bao nhiêu phần trăm dân số ?

BARRY SCHWARTZ: Tôi không thể trả lời câu hỏi này được. Theo cách mà thước đo chúng tôi hoạt động, một người có số điểm càng cao thì càng có xu hướng tối đa hóa. Bởi vì không có ranh giới rõ rành giữa người cầu toàn và người thỏa mãn, tôi không thể nói số phần trăm dân cư này là số này hay số khác.

…………………………………………………………………….

Điều gì khiến ta trở thành người cầu toàn ?

BARRY SCHWARTZ: Chúng tôi không biết câu trả lời cho câu hỏi này. Sự lựa chọn tràn ngập có thể góp phần tạo nên các xu hướng tối đa hóa. Nếu đây là sự thật, những ai sống trong một xã hội mang đến ít lựa chọn hơn có thể sẽ ít biểu hiện xu hướng tối đa hóa hơn.

…………………………………………………………………….

Trẻ em học cách lựa chọn như thế nào ?

BARRY SCHWARTZ: Như đã đề cập trong cuốn sách này, trong lịch sử loài người với tư cách là một sinh vật, các lựa chọn mà ta phải đưa ra là “Tôi có nên tiếp cận nó không hay chạy trốn nó ?” hay “Tôi ăn nó hay nó ăn tôi ?” Ý tưởng về nhiều sự lựa chọn hấp dẫn là điều gì đó đặc trưng đối với thời hiện đại. Là người lớn, chúng ta đã học (không phải tất cả đều giỏi) được cách nói không với những gì mà chúng ta thấy hấp dẫn. Việc biết được cách tốt nhất để dạy trẻ em cách thức bỏ qua những lựa chọn hấp dẫn sẽ thật sự đóng góp vào sự hiểu biết của ta về việc làm cha mẹ hiện đại và những thử thách của công việc ấy. Chúng tôi hiện đang nghiên cứu về đề tài này.

…………………………………………………………………….

“Có lẽ tuổi tác và kinh nghiệm giúp con người có những kỳ vọng thực tế và biết thỏa mãn cái tốt vừa đủ”

……………………………………………………………………

Đàn ông hay phụ nữ dễ rơi vào xu hướng tối đa hóa ?

BARRY SCHWARTZ: Mặc dù chúng tôi hầu như không thấy sự khác biệt giới tính trong xu hướng tối đa hóa, nhưng ở một vài nghiên cứu, đàn ông tỏ ra có điểm tối đa hóa cao hơn phụ nữ. Điều này thường khiến mọi người ngạc nhiên, chủ yếu là vì khi họ nghĩ về sự quá tải các lựa chọn thì họ nghĩ về việc mua sắm và cho là phụ nữ cầu kỳ hơn đàn ông. Trước hết phụ nữ có thể không cầu kỳ hơn đàn ông mặc dù theo khuôn mẫu là thế. Ngoài ra việc mua sắm chỉ đại diện cho một phần trong các quyết định mà mọi người gặp phải hàng ngày.

Một sự khác biệt đáng tin về mặt nhập khẩu học mà chúng tôi thấy là tuổi tác chứ không phải giới tính. Càng lớn tuổi, bạn càng ít khả năng trở thành một người cầu toàn. Điều này có thể giúp giải thích một phần sự phát hiện đã luôn khiến chúng tôi ngạc nhiên: những người lớn tuổi thường vui vẻ hơn những người trẻ tuổi. Có lẽ tuổi tác và kinh nghiệm giúp con người có những kỳ vọng thực tế và biết thỏa mãn cái tốt vừa đủ.

……………………………………………………………………

Có phải những người cầu toàn tối đa mọi thứ không ? Hay họ chỉ tối đa những thứ quan trọng thôi ?

BARRY SCHWARTZ: Không có người nào là người cầu toàn trong mọi chuyện. Thật sự cũng có quá nhiều lựa chọn, quá nhiều quyết định và thời gian quá ít. Người mà chúng tôi gọi là “người cầu toàn” chỉ tối đa hóa nhiều hơn “những người thỏa mãn”. Điều đó có thể hợp lý khi một người không thể lúc nào cũng tối đa hóa, chỉ chọn làm người cầu toàn với những gì quan trọng (công việc, bạn đời, con cái, sự đầu tư khi về hưu, …) và làm người thỏa mãn khi liên quan đến những thứ khác. Chúng tôi không có thông tin một cách hệ thống để đánh giá khả năng này, nhưng từ những câu chuyện vặt mà tôi thu thập từ hàng trăm người đã trò chuyện với mình, sự tối đa

hóa không có vẻ gì là hoạt động theo cách này. Nhiều người đấu tranh để tìm ra điện thoại di động tốt nhất hay thuê phim tốt nhất nhưng họ lại đưa ra những quyết định lớn mà thậm chí không cần cân nhắc nhiều lựa chọn. Thật sự, việc thực hiện phương pháp tiếp cận theo kiểu tối đa hóa để quyết định học trường nào hay làm công việc gì có thể quá khó khăn.

Tuy nhiên, tin tốt là hầu hết những người cầu toàn nhất cũng thỏa mãn về nhiều thứ. Điều này có nghĩa là bạn đã biết cách để thỏa mãn hơn và tối đa hóa ít đi. Bạn đơn giản chỉ cần thực hiện các chiến lược đưa ra quyết định mà bạn đã sử dụng

hiệu quả trong một số lĩnh vực của cuộc sống và áp dụng chúng cho những lĩnh vực khác.

…………………………………………………………………….

Phải chăng việc cảm thấy tốt hơn về các quyết định thì quan trọng hơn việc làm tốt hơn ?

BARRY SCHWARTZ: Điều này có thể làm bạn ngạc nhiên, nhưng tôi nghĩ câu trả lời là có, ít nhất là đối với một số người thuộc các tầng lớp trung lưu và trên trung lưu. Một khi các nhu cầu cơ bản được đáp ứng, phần lớn những gì chúng ta làm và mua đến hướng đến việc tìm kiếm sự thỏa mãn. Mua một chiếc xe sang trọng “tốt nhất” cũng chẳng có ý nghĩa nhiều đối với chúng ta nếu chúng ta thất vọng về nó. Học ở một trường đại học “tốt nhất” cũng không có ý nghĩa nhiều nếu trải nghiệm tại trường đó không đáp ứng được kỳ vọng của chúng ta. Để minh họa cho điểm này, gần đây tôi có hoàn thành một cuộc nghiên cứu với các nhà tâm lý học là Sheena Iyengar và Rachael Elwork. Trong đó, chúng tôi đi theo những sinh viên năm cuối trong suốt quá trình tìm việc của họ. Chúng tôi khám phá ra là những người cầu toàn tìm được việc tốt hơn với mức lương khởi điểm cao hơn những người thỏa mãn. Nhưng chúng tôi cũng thấy là họ ít thỏa mãn với công việc của mình, ít hạnh phúc, ít lạc quan hơn, hồi hộp hơn, căng thẳng hơn và thất vọng nhiều hơn so với những người thỏa mãn. Bạn muốn vui vẻ khi bắt đầu với 37.000 USD một năm hay không vui vẻ để bắt đầu ở mức 45.000 USD ? Bản thân tôi sẽ biết mình chọn gì.

…………………………………………………………………….

Phải chăng vấn đề quá tải các lựa chọn chỉ là vấn đề của người giàu ?

BARRY SCHWARTZ: Nó khá đúng khi càng có nhiều tiền, bạn càng phải đối diện với nhiều lựa chọn hơn. Ở Mỹ, của cải tượng trưng cho sự tự do lựa chọn. Nếu thu nhập của bạn không đủ để bạn làm điều mình muốn, việc có bao nhiêu lựa chọn sẽ không còn quan trọng nữa vì bạn sẽ phải thực hiện những lựa chọn đó. Điều này cũng đúng với những lựa chọn không liên quan đến tiền bạc, bởi vì nếu bạn làm việc gần như kiệt sức mỗi ngày chỉ để đủ sống, bạn sẽ không có thời gian hay năng lượng để đưa ra nhiều quyết định cải thiện lối sống. Tôi nghĩ lý do duy nhất mà mối quan hệ giữa sự quá tải các lựa chọn và của cải không còn mạnh mẽ nhiều là vì những người rất giàu có có thể thuê người khác lựa chọn cho mình và do đó họ sẽ giảm bớt đi gánh nặng.

………………………………………………………………….

Liệu có tốt hơn không khi hầu hết các quyết định đều đã có sẵn cho chúng ta ?

BARRY SCHWARTZ: Không. Điều tôi muốn nói ở đây là chúng ta sẽ vui hơn khi *nhiều* quyết định được đưa ra giúp chúng ta. Nhưng việc quyết định đó là những quyết định nào thì tùy thuộc vào chúng ta. Chúng ta phải "lựa chọn khi nào lựa chọn" như tôi đề cập trong quyển sách này và chọn khi nào thì nhờ đến những người quan tâm đến hạnh phúc của ta và có khả năng chuyên môn đưa ra những quyết định tốt thay cho ta.

Ví dụ, hãy xem một nghiên cứu gần đây mà người đồng nghiệp của tôi là Sheena Iyengar thực hiện. Cô nghiên cứu tỷ lệ tham gia vào các kế hoạch tình nguyện 401 (k) (một dạng kế hoạch lương hưu) của hơn 750.000 nhân viên tại gần một ngàn công ty. Điều cô tìm ra là cứ có mười quỹ tương hỗ mà người chủ cấp cho thì tỷ lệ tham gia *giảm* 2%. Ở nhiều công ty, bằng cách chọn không tham gia, các nhân viên không chỉ gây ra hậu quả nghiêm trọng đối với việc nghỉ hưu của mình, mà còn bỏ lỡ các quỹ kết hợp với người chủ vốn vượt quá 5000 đô trong một số trường hợp. Tôi chắc chắn rằng những người chủ nghĩ rằng họ ban ơn cho nhân viên khi đưa ra nhiều lựa chọn khác nhau như thế. Nhưng thực tế thì lại khác hoàn toàn. Hầu hết các nhân viên sẽ thấy vui vẻ hơn với chỉ một vài

quỹ hưu trí để chọn hơn là với mười. Nói cách khác họ sẽ vui hơn nếu người chủ của họ thực hiện một số quyết định cho họ để giới hạn các khả năng đầu tư.

……………………………………………………………….

Có số lượng lựa chọn lý tưởng không ?

BARRY SCHWARTZ: Câu trả lời là có thể có, nhưng tôi không biết nó là bao nhiêu. Số lượng lựa chọn tối ưu chắc chắn sẽ thay đổi từ người này sang người khác và từ trường hợp này sang trường hợp khác. Tôi nghĩ rằng ở nước Mỹ hiện đại, chúng ta có quá nhiều lựa chọn về ngũ cốc bữa sáng và không đủ lựa chọn về tổng thống.

……………………………………………………………….

“Tôi nghĩ rằng ở nước Mỹ hiện đại, chúng ta có quá nhiều lựa chọn về ngũ cốc bữa sáng và không đủ lựa chọn về tổng thống”

……………………………………………………………….

Chúng ta quyết định với những lựa chọn loại trừ như thế nào ?

BARRY SCHWARTZ: Hầu hết, trong xã hội mà chúng ta đang sống, việc quyết định khi nào, ở đâu và làm thế nào để đơn giản hóa cuộc sống và giảm bớt những lựa chọn mà ta gặp phải thì phụ thuộc vào cá nhân ta. Là một xã hội, chúng ta nên ngờ vực về những chính sách hứa hẹn cải thiện cuộc sống của mình chỉ đơn giản bằng cách cho ta nhiều lựa chọn hơn. Chúng ta *có thể* lựa chọn nơi nào để đầu tư tiền nghỉ hưu, nơi nào để cho con học, nơi nào để đăng ký bảo hiểm sức khỏe hay kế hoạch mua thuốc, … Nhưng chúng ta có thể ít vui vẻ hơn với những lựa chọn này. Chúng ta có thể thiếu kiến thức chuyên môn để lựa chọn sáng suốt, chúng ta thiếu thời gian để phát triển chuyên môn đó và chúng ta đã có quá nhiều gánh nặng về những quyết định đẩy chúng ta đến mức giới hạn.

……………………………………………………………….

“Tôi sẵn sàng đồng ý rằng hạnh phúc không phải là tất cả. Nó thậm chí không phải là thứ quan trọng nhất. Nhưng khi mọi thứ đều như nhau, hạnh phúc vẫn tốt hơn là không”

…………………………………………………………………….

Quyển sách của ông nhấn mạnh về việc quá nhiều lựa chọn sẽ làm giảm hạnh phúc. Là một xã hội, có phải chúng ta đang nhấn mạnh quá nhiều đến tầm quan trọng của hạnh phúc như một mục tiêu không ?

BARRY SCHWARTZ: Tôi sẵn sàng đồng ý rằng hạnh phúc không phải là tất cả. Nó thậm chí không phải là thứ quan trọng nhất. Nhưng khi mọi thứ đều như nhau, hạnh phúc vẫn tốt hơn là không. Hạnh phúc không chỉ là việc cảm thấy tốt. Trái ngược những hình ảnh lãng mạn của chúng ta về các thiên tài đau khổ – sáng tạo về ban ngày và dằn vặt về ban đêm – đã làm giàu cho nền văn minh, ngày càng có nhiều bằng chứng cho thấy con người suy nghĩ sáng tạo hơn và mở rộng hơn khi họ hạnh phúc. Việc bất ngờ đưa cho các bác sĩ y khoa một túi kẹo nhỏ trước khi họ tham gia vào việc chẩn đoán khó khăn sẽ cải thiện tốc độ cũng như sự chính xác trong chẩn đoán của họ (bạn có thể ghi nhớ điều này khi lần sau đến gặp bác sĩ). Người hạnh phúc thì năng động và vui vẻ hơn về mặt cơ thể so với người không hạnh phúc. Hạnh phúc giúp tăng khoảng 9 năm tuổi thọ. Vì thế, dù bạn không nghĩ hạnh phúc là điều gì đó to lớn như thế, nó vẫn có vẻ như đáp ứng được chức năng của một công cụ hữu ích. Người hạnh phúc có nhiều khả năng thay đổi thế giới theo những cách tích cực hơn so với người không hạnh phúc.

Có lẽ quan trọng nhất , nếu bạn giới hạn số lựa chọn mình đưa ra và xem xét, bạn sẽ có nhiều thời gian hơn có cái gì đó quan trọng so với những người bị quấy

nhiễu bởi hết quyết định này đến quyết định khác và luôn tìm kiếm điều tốt nhất. Bạn có thể sử dụng thời gian ấy một cách sáng suốt bằng cách tìm hiểu sâu sắc hơn về người yêu, con cái, cha mẹ, bạn bè, bệnh nhân, khách hàng và sinh viên của mình. Thách thức thật sự trong cuộc sống là làm đúng những mối quan hệ tương tác

của xã hội. Chính việc biết được làm thế nào để cân bằng sự chân thật với sự tử tế, dũng cảm với thận trọng, khuyến khích với phê bình, thông cảm với thờ ơ, gia trưởng với sự tôn trọng về tính độc lập. Chúng ta phải giải quyết được sự cân bằng này theo từng trường hợp và từng người. Cách duy nhất là tìm hiểu những người khác mà bạn liên quan mật thiết nhất, bằng cách bỏ ra thời gian lắng nghe họ, tưởng tượng cuộc sống thông qua đôi mắt họ và cho phép họ thay đổi thậm chí là chuyển đổi bản thân bạn. Trong một thế giới vội vã buộc bạn đưa ra hết quyết định này đến quyết định khác, mỗi quyết định đều liên quan đến hầu hết các lựa chọn không giới hạn, cho nên việc tìm ra thời gian để quyết định là khó khăn. Bạn có thể không phải lúc nào cũng nhận thức về điều này, nhưng nỗ lực có được chiếc xe tốt nhất sẽ cản trở khao khát muốn trở thành một người bạn tốt nhất của bạn. Nỗ lực tìm được việc làm tốt nhất sẽ xâm phạm nhiệm vụ làm cha mẹ tốt nhất của bạn. Vì thế, nếu thời gian mà bạn tiết kiệm được bằng cách làm theo những lời khuyên của tôi được tái định hướng đến việc cải thiện các mối quan hệ của bạn với những người khác trong cuộc sống, bạn sẽ không chỉ làm cho cuộc sống của mình trở nên hạnh phúc hơn mà còn cải thiện được cuộc sống của người khác. Đó là cái mà các nhà kinh tế học gọi là “hiệu quả Pareto” (hiệu quả của quy luật 80-20), một sự thay đổi mang đến lợi ích cho tất cả mọi người.

Dịch giả: *Lương Nguyễn An Điền*